

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PENGUNJUNG HARION HOSTEL SYARIAH**

(Studi Pada Harion Hostel Syariah Bandar Lampung)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh
Jamhari
NPM : 1151010096
Program studi : Ekonomi Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG 1438 H/2018 M
2017 M**

ABSTRAK

Perkembangan jasa penginapan saat ini berkembang cukup pesat, sehingga tingkat persaingan dalam meraih pelanggan pun menjadi semakin sulit. Salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan swasta yaitu memberikan pelayanan yang berkualitas terhadap pengunjung. Dengan kualitas pelayanan yang maksimal dan baik diharapkan pihak yang memberikan jasa pelayanan akan mampu memenuhi harapan para pelanggannya. Sehingga mampu memenangkan pangsa pasar dan pada akhirnya akan memperoleh laba bagi perusahaan. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di harion hostel syariah bandar lampung. Serta bagaimana kualitas pelayanan di harion hostel syariah bandar lampung menurut perspektif ekonomi islam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang terdiri dari: bukti fisik (tangibles), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (emphaty) terhadap tingkat kepuasan pengunjung harion hostel syariah bandar lampung. Metode pengambilan sampelnya adalah accedental sampling method. Sampel dalam penelitian ini adalah 87 pengunjung harion hostel syariah bandar lampung dan kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh secara kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi: uji validitas dan realibilitas dan metode servqual.

Data-data yang telah di uji validitas, uji reabilitas dan metode servqual yang diolah. Dimana dari metode servqual terdapat gap dari masing-masing item yaitu tangibles 0,245, realibilitas 0,131 responsiveness 0,070 assurance 0,262 dan emphaty 0,015. Dari kelima dimensi ini apabila dilihat dari kuadran *important performance* analisis dimensi yang perlu menjadi prioritas yaitu bukti fisik dan assurance karena terletak pada kuadran A yang mana atribut sangat penting namun tidak dapat memuaskan pelanggan. Dari secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada harion hostel syariah bandar lampung belum dapat mencapai kepuasan pengunjung.

Kata kunci : Kualitas pelayanan dan Kepuasan pelanggan

SURAT PENYATAAN BEBAS PUBLIKASI GANDA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jamhari

NPM :1151010096

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa judul skripsi “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG HARION HOSTEL SYARIAH (Studi Pada Harion Hostel Syariah Bandar Lampung)”

Benar bebas dari publikasi ganda, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandar Lampung, 24 juli 2018

Yang membuat pernyataan.

Jamhari

NPM. 1151010096



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Let.Kol. H.Endro Suratmin, Kec. Sukarame, Bandar Lampung, 35131 Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Harion Hostel Syariah (Studi pada Harion Hostel Syariah Bandar Lampung)

Nama Mahasiswa : Jamhari
NPM : 1151010096
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

MENYETUJUI

**Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung**

Pembimbing I

Pembimbing II

A. Zuliansyah, S.Si., M.M
NIP. 198302222009121003

Relit Nur Edi, S.Ag., M.Kom.i
NIP. 1969010519980301003

Mengetahui
Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah

Madnasir, S.E., M.S.I
NIP. 197504242002121001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Let.Kol. H.Endro Suratmin, Kec. Sukarampe, Bandar Lampung, 35131 Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Harion Hostel Syariah (Studi pada Harion Hostel Syariah Bandar Lampung)** disusun oleh: **Jamhari, NPM: 1151010096**, program studi: **Ekonomi Syariah**, telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Senin/ 14 Mei 2018**.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang : Any Eliza, SE., M.AK

(.....)

Sekretaris Sidang : Liya Ermawati, SE., M.S.Ak

(.....)

Penguji I : Deki Fermansyah, SE., M.Si

(.....)

Penguji II : A. Zuliansyah, S.Si., MM

(.....)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag
NIP.195808241989031003

MOTTO

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ
وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini, Penulis persembahkan :

1. Ayahanda tercinta Dulmukti dan ibunda Sarni yang seluruh hidupnya di dedikasikan untuk mengasuh, menyayangi, mendidik dan membesarkan penulis dengan kesabaran yang selalu merindukan keberhasilan penulis dan selalu memotivasi dan mendoa'kan penulis dalam proses belajar dan penyelesaian karya ilmiah ini.
2. Untuk ketiga saudara kandungku, Sanharrudin, Istimawati, dan Junaidi yang telah senantiasa mendukung dan mendoa'akan penulis dalam proses penyelesaian pendidikan.
3. Almamater tercinta Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang sangat aku banggakan. Dan teman-teman seperjuangan yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian studi.

RIWAYAT HIDUP

Jamhari dilahirkan di sukame, pada tanggal 01 januari 1992 kecamatan sukame, Bandar Lampung. Anak dari Ayahanda dan Ibunda (Dulmukti dan Sarni) yang dibesarkan dengan kasih sayangnya dan merupakan anak keempat dari 4 bersaudara.

1. Sekolah Dasar Negeri 1 Harapan Jaya pada tahun 2005
2. Madrasah Tsanawiyah AL-Bina Pandeglang, Banten lulus pada tahun 2008
3. Madrasah Aliyah Negeri 1 Bandar Lampung lulus pada tahun 2011
4. Pada tahun 2011 menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampung.

Selama duduk dibangku kuliah Jamhari pernah mengikuti forum organisasi, yaitu UKM-ORI sebagai anggota.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk sehingga skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Harion Hostel Syariah” dapat diselesaikan. Shalawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat dan pengikut-pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh sarjana Ekonomi Islam dalam bidang Ekonomi Islam.

Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, tak lupa dihaturkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Moh Bahrudin, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak Madnasir,. S.E., M.S.I selaku ketua jurusan Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Bapak Relit Nur Edi, S.Ag., Kom.i selaku pembimbing dua, karena telah membimbing penulis dengan teliti dan sabar sejak proposal hingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak A. Zuliansyah, S.Si., M.M selaku pembimbing satu, karena telah membimbing penulis dengan teliti dan sabar sejak proposal hingga selesainya skripsi ini.
5. Bapak/ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak mencurahkan tenaga dan pikirannya dalam mendidik penulis selama berada di bangku kuliah.
6. Seluruh petugas perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, perpustakaan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
7. Seluruh jajaran karyawan dan pengelola Harion Hostel Syariah Bandar Lampung yang telah memberi izin kepada penulis untuk meneliti.

8. Para pengunjung dan pegawai Harion Hostel Syariah Bandar Lampung yang telah sudi meluangkan waktunya untuk di wawancara.
9. Untuk sahabatku Rahma Anisa, Noor Rosyidah Amini, Siti Amalia Susanti, Mardianti, Juwayinatul Awdadi, Wardiyanti Sukmaya, Diah Rohmah Saputri, Luthfiatul Amalia R, Cita Dani A, Muthia Utriana, Eka Agustiana, Polinti, Bernika Mutiara, Resti WP, Desi Wijayanti, Wimbi Yumiko, Wely Juliesti, Panji Kesuma Yuda, Yoga Jannata, Riki Sabdatus A, Irsyad AL-Hafidh, Deo Saputra D, Fathul Mufid serta teman-teman yang lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Dan teman-teman satu Almamater serta pihak yang telah membantu dan memberi kontribusi dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan waktu, dana, dan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu kepada para pembaca kiranya dapat memberikan masukan dan saran guna perbaikan penulis dimasa yang akan datang.

Akhir kata, penulis sampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah ikut berperan dalam penyusunan skripsi ini, semoga amal ibadah kita semua tercatat dan diterima disisi Allah *Subhanahu Wa Ta'ala, Amin.*

Bandar Lampung, 25 Oktober 2017

Penulis

Jamhari

NPM.1151010096

DAFTAR ISI

HALAM JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	2
C. Latar Belakang Masalah	3
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Kualitas Pelayanan	13
1. Pengertian kualitas.....	13
2. Pengertian pelayanan	16
3. Dimensi Pelayanan	25
4. Kualitas Pelayanan Dalam Prespektif Islam	30
B. Kepuasan Pengunjung	32
1. Penegrtian Kepuasan	32
2. Faktor-faktor Kepuasan Pengunjung	34
3. Mengukur kepuasan Pengunjung	35
4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengunjung	39

5. Mempertahankan Pengunjung	40
6. Kepuasan Pengunjung Menurut Prespektif Islam	41
7. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung	42
C. Penelitian Tedahulu	42
D. Kerangka pemikiran	45
E. Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Pendekatan, Jenis dan Sifat Penelitian	46
B. Variabel Penelitian dan Pengukurannya	46
C. Metode Pengumpulan Data.....	47
1. Metode Dokumentasi.....	47
2. Metode Wawancara	48
3. Metode Angket	48
D. Populasi dan Sampel.....	49
1. Populasi.....	49
2. Sampel	49
E. Metode Pengolahan Data	50
1. Editing data	50
2. Pengkodean Data	51
3. Tabulasi Data.....	51
F. Analisis Data.....	51
G. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	55
1. Uji T	55
2. Uji F.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN	57
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	57
1. Profil Harion Hostel Syariah Bandar Lampung	57
2. Aturan-aturan dan Fasilitas pada Harion Hostel Syariah Bandar Lampung	57
B. Hasil Kuisioner.....	59
1. Karakteristik Responden	59

2. Gambaran dan Jawaban Responden	61
C. Analisi data	67
1. Uji Validitas	67
2. Uji Reabilitas.....	69
3. Uji Normalitas	69
4. Uji Multikoloneritas	71
D. Analisi Regresi Berganda	72
E. Uji Hipotesis	74
F. Pembahasan	78
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu	43
Table 3.1 Pemberian Skala	47
Table 4.1 Jenis Kelamin Responden	59
Table 4.2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Table 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	61
Table 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Bukti Fisik.....	61
Table 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Kehandalan.....	62
Table 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Daya Tanggap	63
Table 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Tentang jaminan	64
Table 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Empati.....	65
Table 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Kepuasan Pengunjung.....	66
Table 4.10 Hasil Uji Instrumen.....	68
Table 4.11 Uji Relibilitas	69
Table 4.12 Uji Multikolineritas	71
Table 4.13 Hasil Analisis Regresi.....	72
Table 4.14 Uji F	77

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Antisipasi untuk menghindari adanya kesalahpahaman dalam memahami dan mengembangkan judul skripsi ini, maka perlu ditegaskan judul yang diambil yaitu **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG HARION HOSTEL SYARI’AH (Studi pada Harion Hostel Syari’ah Kota Bandar Lampung)”**

Analisis adalah proses untuk mengetahui dan memahami fenomena suatu obyek dengan memanfaatkan berbagai informasi yang tersedia.¹

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu orang atau benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.²

Kualitas Pelayanan adalah suatu yang diputuskan oleh pelanggan, artinya kualitas didasarkan pada pelayanan aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan tersebut.³

¹ Ratminto dan Septi Antik Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, hlm.2

² Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta: 1996, hal 747

³ Ernawati dan Supriyanto, *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*, Cv. Andi Offste, Yogyakarta, 2010 hlm.53

Kepuasan Pengunjung adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja(hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.⁴

Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang didasari oleh nilai-nilai Islam.⁵

Berdasarkan penjelasan judul di atas maksud judul skripsi ini adalah sebuah penelitian yang membahas tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung.

B. Alasan Memilih Judul

1. Secara Objektif

Bagi penulis pentingnya meneliti atau menulis masalah yang akan diteliti terkait dengan judul skripsi, hal ini dikarenakan peneliti ingin memaparkan mengenai Harion Hostel syariah bandar lampung adalah penginapan yang bernuansa islami yang selalu berpegang teguh pada etika agama. hal yang membedakan harion hostel syariah dengan hostel atau penginapan lain adalah pelayanan dan fasilitas yang diberikan mencerminkan nilai islami dan bernuansa religi. Sebagai contoh sederhana, semua karyawan hostel mengenakan busana yang menutup aurat, hostel juga hanya menyediakan makanan dan minuman yang halal serta ketersediaan sarana ibadah disetiap kamar.

⁴ Tjiptono, Fandy. Prinsip & Dinamika Pemasaran. Edisi Pertama. J & J Learning. Yogyakarta, 2000, hlm 25

⁵ Mustofa Edwin Nasution dkk, *penagantar Ekseklusif Ekonomi Islam*, Kencana, Jakarta, 2007, hlm,15

2. Secara Subjektif

Sebagai upaya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan serta sebagai bahan referensi untuk peneliti dibidang kualitas pelayanan dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan penelitian karya ilmiah yang sesuai dengan kurikulum yang berlaku pada saat ini.

C. Latar Belakang Masalah

Dalam era perdagangan bebas, banyak perusahaan menghadapi persaingan yang sangat ketat. Meningkatnya persaingan dari pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Penginapan merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa khususnya akomodasi, segmen pasarnya adalah tamu yang datang untuk tujuan istirahat atau urusan bisnis. Oleh karena itu, tempat yang bersih, nyaman, dan aman adalah menjadi hal yang dibutuhkan oleh konsumen. Ini merupakan kewajiban pihak hotel untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap konsumennya. Setiap konsumen pastinya menginginkan yang terbaik dalam setiap jasa yang ia beli karena itu adalah menjadi haknya. Setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, informasi yang benar dan jujur dan perlakuan atau pelayanan secara benar atas apa yang ia beli. Jadi, dalam dunia bisnis, tidak terkecuali perhotelan

syari'ah, kepuasan konsumen adalah menjadi salah satu yang diutamakan, karena hal itulah yang akan menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha perhotelan. Konsumen yang tidak puas tentu tidak akan mengulangi lagi memilih jasa akomodasi yang sama, apalagi didukung dengan banyaknya pilihan jasa penginapan lain (pesaing), sehingga membuat konsumen memiliki banyak perbandingan untuk memilih hotel mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginannya.

Kualitas Pelayanan merupakan faktor terpenting yang harus diperhatikan dalam jasa penginapan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pengunjung, keinginan pengunjung dan berakhir pada persepsi pengunjung. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pengunjung. Jika pelayanan yang diberikan dapat diterima pengunjung dan merasa puas, maka akan terlahir kepuasan pengunjung.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pengunjung. Adapun salah satu teknik penjualan adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan pengunjung, karena pertumbuhan bisnis dalam bidang jasa berkembang dengan pesat.⁶

Kualitas pelayanan yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pengunjung dan akan memberikan berbagai manfaat seperti hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi

⁶ Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2000, h. 24

harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas pengunjung, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pengunjung dan laba yang diperoleh dapat meningkat.

Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi pengunjung, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Demikianlah sebagaimana yang disampaikan oleh banyak pakar ekonomi yang memberikan definisi mengenai kepuasan pengunjung. Pada dasarnya kepuasan pengunjung mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.⁷

Perbaikan dan peningkatan kegiatan di bidang pemasaran harus dilaksanakan secara terencana. Dengan kata lain, perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat. Perubahan lingkungan perusahaan terutama faktor pesaing yang mampu menghasilkan produk yang sama menyebabkan banyak perusahaan berorientasi pada konsumen (*customer oriented*). Perusahaan yang berorientasi pada konsumen hendaknya selalu memikirkan apa yang dibutuhkan oleh konsumen, apa yang diinginkan konsumen, dan pelayanan yang bagaimana disenangi oleh konsumen sehingga konsumen tidak hanya puas, akan tetapi menjadi loyal dan kembali pada usahanya.

Persaingan yang semakin ketat di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada

⁷ Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000, hlm. 23

kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak untuk menentukan jadi tidaknya pembelian (Penginapan).

Kepuasan pengunjung merupakan penentuan yang signifikan dari pengulangan pembelian, informasi dari mulut ke mulut yang positif dan kesetiaan pengunjung. Kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa (pelayanan), harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Persepsi pengunjung terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, antara lain pengalaman masa lalu, pendapat teman, informasi dan janji perusahaan.⁸

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah penginapan. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya hotel ataupun penginapan-penginapan yang bermunculan di kota Bandar Lampung. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap penginapan. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola penginapan untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding penginapan-penginapan

⁸ Johan Arifin, *Fiqih Perlindungan Konsumen*, Semarang: Rasail, 2007, h.133

kompetitornya. Demikian juga halnya di Penginapan Harion Hostel Syari'ah, dimana sebagai salah satu penginapan syariah yang ada di kota Bandar Lampung, juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan juga harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjungnya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung di Penginapan Harion Hostel Syari'ah. Cara berhubungan (etika) antara pengunjung dengan karyawan yang bekerja di Harion Hostel Syari'ah Kota Bandar Lampung, merupakan hal yang harus diperhatikan. Karena dengan melaksanakan etika yang benar, akan terjadi keseimbangan hubungan antara pengusaha dengan masyarakat, pengunjung, pemerintah dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.⁹

Sebagai perbandingan jumlah pengunjung yang puas terhadap Harion Hostel Syariah Bandar Lampung pada tahun 2015 dan 2016 dengan jumlah pengunjung yang puas adalah 956 pengunjung dari total pengunjung sebanyak 2.567 pengunjung. Sedangkan pada tahun 2016 jumlah pengunjung yang puas turun menjadi 650 pengunjung dari total pengunjung sebanyak 3.980 pengunjung.

Selain kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pengunjung, harga dan juga lokasi mempunyai peranan penting bagi para pesaing perusahaan. Setiap perusahaan selalu mengejar keuntungan guna

⁹ Kasmir, Kewirausahaan, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2006. h. 20

kesinambungan produksi. Keuntungan yang diperoleh ditentukan pada penetapan harga yang ditawarkan. Harga suatu produk atau jasa ditentukan pula dari besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa tersebut dan laba atau keuntungan yang diharapkan. Oleh karena itu, penentuan harga produk dari jasa suatu perusahaan merupakan masalah yang cukup penting, karena dapat mempengaruhi hidup matinya serta laba dari perusahaan. Harga/Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang¹⁰

Islam sama sekali tidak memperkenankan pemeluknya mendahulukan kepentingan ekonomi di atas kepentingan pemeliharaan nilai dan keutamaan yang diajarkan agama. Hal yang membedakan antara sistem Islam dengan sistem agama lain adalah adanya hubungan erat antara ekonomi dan akhlak. Seperti halnya hubungan antara ilmu dan akhlak, antara politik dan akhlak, antara perang dan akhlak, antara agama dan negara, dan antara materi dan rohani. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islami.¹¹

Begitu juga dengan lokasi yang sama saja berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika kualitas pelayanan yang diberikan baik, harga yang di tawarkan sangat pas dan juga lokasinya yang strategis serta mudah dijangkau. Setelah pengunjung merasa puas, maka pengunjung akan loyal terhadap Harion Hostel syari'ah Kota Bandar Lampung.

¹⁰ Mulyadi, Akuntansi Biaya, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, 1993. h. 9

¹¹ Yusuf Qardhawi, Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, terj. Didin Hafidhuddin, dkk. Jakarta : Robbani Press, 1997, h. 23

Lokasi fasilitas jasa merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu pelayanan, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategik, seperti fleksibilitas, competitive positioning, manajemen permintaan, dan focus strategic . Fleksibilitas sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah.

Di Bandar Lampung sangat banyak terdapat penyedia jasa akomodasi yang menyediakan berbagai macam fasilitas, harga dan keunikan. Semua itu dilakukan agar konsumen menjadi tertarik dan pada akhirnya memilih jasa yang mereka tawarkan. Pada penelitian ini penulis memilih Harion Hostel Syari'ah. Harion Hostel Syari'ah Bandar Lampung adalah penginapan yang bernuansa islami yang selalu berpegang teguh pada etika agama. Hal yang membedakan Harion Hostel Syari'ah dengan hstotel atau penginapan lain adalah pelayanan dan fasilitas yang diberikan mencerminkan nilai islami dan bernuansa religi. Sebagai contoh sederhana, semua karyawan hotel mengenakan busana yang menutup aurat, hostel juga hanya menyediakan makanan dan minuman yang halal serta ketersediaan sarana ibadah di setiap kamar.

Dengan nuansa religi dan nilai Islami tersebut, Harion Hostel Syari'ah diharapkan tetap dapat memberikan kenyamanan dan pelayanan yang maksimal bagi para konsumennya

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan

memberikan yang buruk atau tidak berkualitas melainkan yang berkualitas kepada orang lain.¹²

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِنِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ ۝٨

Artinya : *Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya. (Q.S : Al-Muminun : 8)*

Ayat tersebut di atas menjelaskan tentang pentingnya menjaga amanah atau janji dan larangan untuk berkhianat. Ayat tersebut apabila dihubungkan dengan dunia bisnis menjadi landasan perusahaan untuk dapat memberikan produk dan pelayanan jasa kepada konsumen sesuai dengan permintaan konsumen dan kepercayaan yang telah diberikan konsumen kepada perusahaan.

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam sebuah skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA HARION HOSTEL SYARI’AH (Studi pada Harion Hostel Syari’ah Kota Bandar Lampung)”**

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas dan untuk memperjelas arah penelitian, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Harion Hostel Syari’ah Badar Lampung?

¹² Ridwan, *Kualitas Pelajar*, Yogyakarta, 2013. hlm. 27

2. Bagaimana kualitas pelayanan di Harion Hostel Syari'ah Badar Lampung menurut perspektif ekonomi Islam?

E. Tujuan dan Manfaat penelitian.

1. Tujuan Penelitian.

Tujuan Penelitian Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian agar tidak kehilangan arah dalam melakukan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Harion Hostel Syari'ah Bandar Lampung dan melihat bagaimana perspektif ekonomi Islamnya.

2. Manfaat Penelitian.

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

- a. Bagi tempat penelitian, yaitu Sebagai masukan bagi pihak Harion Hostel Syari'ah Bandar Lampung, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung di Harion Hostel Syari'ah Bandar Lampung, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang, serta dapat menjadi bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengevaluasi dalam menerapkan konsep pelayanan, penetapan harga dan penentuan lokasi terhadap

pelanggan untuk menciptakan kepuasan pengunjung di Harion Hostel syari'ah Kota Bandar Lampung.

- b. Bagi Universitas, diharapkan dapat dijadikan bahan penelitian lebih lanjut dalam bidang pemasaran terutama yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, penetapan harga dan penentuan lokasi.
- c. Bagi peneliti, Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh di bangku kuliah. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, sehingga pada prinsipnya kualitas pelayanan dibangun atas adanya faktor utama persepsi masyarakat dengan layanan yang mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya yang di inginkan dan yang diharapkan, maka layanan dapat bermutu. Sedangkan layanan tidak seperti yang di harapkan adalah layanan yang kurang bermutu. Kualitas pelayanan yang di berikan perusahaan tentulah tidak hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasar pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan nilai konsisten keimanan dalam rangka menjalankan misi syariat Islam. Hal tersebut dilakukan tidak hanya berorientasi pada komitmen pada materi semata, namun sebagaian dari nilai ibadah kepada Allah SWT.

Kualitas produk jasa adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan.

Persyaratan dalam hal ini adalah kebutuhan dan harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib. Jadi kualitas merupakan

antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauhmana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelannggan yang menilai dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhan. Pada dasarnya terdapat orientasi kualitas yang seharusnya konsisten atau sama lain yaitu, (1) persepsi konsumen, (2) produk atau jasa, (3) proses. Untuk produk berwujud, yaitu barang, ketiga orientasi ini hampir selalu dapat dibedakan dengan jelas, tapi tidak untuk produk jasa. Untuk jasa, produk dan proses mungkin tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya proses itu sendiri.

Konsistensi kualitas suatu jasa untuk ketiga orientasi tersebut dapat memberikan kontribusi terhadap keberhasilan perusahaan ditinjau dari kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan, dan profitabilitas organisasi.¹

Kualitas jasa perusahaan diuji dalam setiap pelaksanaan jasa, jika personal jasa membosankan untuk menjawab pertanyaan sederhana, atau saling berkunjung ke personel lain sementara pelanggan menunggu, pelanggan akan berpikir dua kali untuk melakukan bisnis lagi dalam penjualan itu. Pelanggan membentuk ekspektasi jasa dari banyak sumber, seperti pengalaman dari masa lalu, berita dari mulut ke mulut dan iklan. Secara umum membandingkan jasa anggapan dengan jasa harapan, jika jasa anggapan di bawah jasa harapan sehingga pelanggan tidak hanya puas

¹ Rambat Lupiadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta:Salemba Empat,2014), hlm.212

tetapi juga sangat puas dan akan loyal terhadap perusahaan karena pelanggan sangat puas bila mendapatkan pengalaman melebihi harapan.²

Kesadaran akan kualitas dimulai dari diidentifikasinya persyaratan-persyaratan konsumen sampai dimulainya gagasan konsep produk jasa, bahkan setelah pengiriman produk kepada konsumen. Hal ini dilakukan untuk memperoleh umpan balik dan mendengar suara konsumen. Dengan demikian, kesadaran membangun kualitas tidak saja terkait melalui tahap pengembangan dan proses produksi, melainkan termasuk mendengar suara pelanggan dan harapan konsumen jasa. interaksi ini akan mencerminkan sistem kualitas perusahaan, sekaligus mencerminkan kualitas jasa yang diberikan.

Dalam hal ini, kualitas jasa akan sangat tergantung pada pendekatan sistem manajemen kualitas yang mampu menjamin bahwa kebutuhan konsumen jasa dapat dipenuhi. Suara pelanggan, dan umpan balik dari pelanggan akan menjadi dasar dalam mengembangkan sistem manajemen kualitas jasa. perusahaan jasa harus mampu mengembangkan sistem evaluasi dari pelanggan yang menggunakan jasanya, serta pelaksanaan sistem manajemen di dokumentasikan dalam panduan kualitas, prosedur, instruksi kerja, dan formulir rekaman. Pelaksanaan dokumentasi ini menunjukkan penerapan sistem kualitas perusahaan telah terstruktur secara efektif.³

² Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 2*; (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm.50

³ Dedi Wahyudi, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perspektif Ekonomi Islam*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2016

2. Pengertian Pelayanan

Kata pelayanan secara etimologi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti “Usaha untuk melayani kebutuhan orang lain” pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen yang dilayani. Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung ataupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun mutu adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan pihak yang menginginkan.⁴

Sejalan dengan pengertian tersebut di atas, dapat di jabarkan karakteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut:⁵

- a. Pelayanan bersifat tidak diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan pada kenyataanya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- c. Kegiatan produksi dan konsumsi pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

⁴ M.Nurianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabeta,2010), hlm.211-112

⁵ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta:PT.Pustaka Gramedia, 2014), hlm.75

Karakteristik tersebut dapat diwujudkan sebagai dasar pemberian pelayanan terbaik bagi nasabah. Pengertian lebih luas disampaikan Daviddow dan Uttal bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan. Sedangkan pengertian pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah (*service Excellent*) yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik atau terbaik karena sesuai standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan, dalam konteks ini adalah bank.

Pengertian pelayanan prima atau layanan unggulan pada nasabah itu sendiri dapat diperluas menjadi bagaimana pihak pemberi layanan, dalam hal ini pihak bank memberi layanan yang secara maksimal kepada nasabah, dan kesiapan dalam menghadapi permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan ini akan menimbulkan kesan yang baik bagi nasabah sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk menjadi rekan bisnis bank dengan baik. Pelayanan prima mencerminkan pendekatan seluruhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabahnya. Bentuk pelayanan prima yang baik adalah pelayanan yang dilakukan dengan ramah, cepat, tepat, nyaman sehingga memenuhi kepuasan atau harapan nasabah. Pelayanan prima sebagaimana tuntunan pelayanan sebagaimana memuaskan pelanggannya maka memerlukan persyaratan agar dapat dirasakan oleh setiap pelayanan untuk memiliki kualitas kompetensi profesionalisme menjadi sesuatu aspek penting dan wajar dalam setiap transaksi. Pelayanan prima adalah segala upaya terbaik dan sempurna

dari seseorang yang diwujudkan dalam bentuk memenuhi kebutuhan orang lain, sehingga orang tersebut merasa puas.

Karakteristik pelayanan dalam pandangan islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain :⁶

- 1) Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada adakan fakta, tidak berhianat serta tidak pernah ingkar janji hal ini sesuai dengan al-qur'an surat Asy-syu'ara(26):181-183.⁷

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾

Artinya:

Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan dan timbanglah dengan timbangan yang lurus dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.

- 2) Bertanggung jawab dan terpercaya (*al-amanah*) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
- 3) Tidak menipu (*al-kazib*) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang di terapkan oleh Rosullah SAW yaitu adalah tidak pernah menipu.

⁶ M Yunus, *Pengaruh Pelayanan Islami Karyawan Terhadap Minat Nasabah Menabung Dengan Akad Syariah Di BMT Mitra Muamalat Kudus*, (Jakarta:Raja Grafindo Husada,2012), hlm.11

⁷ Depertemen Agama, *OpCit*, hlm.374

- 4) Menepati janji dan tidak pernah curang yaitu suatu sikap pembisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pembisnis.
- 5) Melayani dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan, santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap dengan penuh tanggung jawab.
- 6) Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi sedangkan akhirat dilupakan. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakan sebelum habis waktunya.

Pada akhirnya, dari seluruh tingkat pelayanan yang diberikan kepada konsumen adalah tuntutan yang profesionalisme dari staf pelayanan konsumen. Tuntutan profesionalisme tenaga kerja perusahaan ini dimaksudkan untuk memberikan bekal keterampilan kepada staf yang bergerak dibidang pelayanan konsumen dengan sebaik-baiknya. Memberikan pelayanan dengan baik tuntutan perusahaan dalam mempersiapkan tenaga kerja agar mampu bekerja secara profesional. Masalahnya tentu tidak sederhana itu bekerja secara profesional perlu perangkat yang mendukung kearah suasana kerja yang kondusif. Bagi pelayanan perusahaan publik seperti badan perusahaan jasa milik negara, bekerja secara profesional dibidang pelayanan yang bergerak dibidang pelayanan menjadi harapan sebagian besar masyarakat konsumennya. Karena pada kenyataanya, perusahaan pelayanan publik ini masih didera dengan berbagai

komplain dan keluhan yang berkepanjangan dari para konsumennya.⁸

Adapun faktor-faktor pelayanan sebagai berikut :

- a. Nilai kerja (*work values*) nilai kerja yang dimaksud adalah nilai kejujuran, nilai tanggung jawab, didikasi dan komitmen, dianggap sebagai modal dasar yang harus terpenuhi dalam upaya memiliki tenaga kerja yang kompeten. Nilai-nilai dasar yang melekat pada diri seseorang ini akan memudahkan perusahaan dalam membentuk tenaga kerjanya menjadi sesuai dengan ekspektasi nilai-nilai luhur dalam bekerja, merupakan modal dasar untuk mengembangkan karir nya jauh lebih baik dikemudian hari.
- b. Semangat kerja (*work spirit*) faktor ini juga sangat berpengaruh untuk seseorang melakukan pekerjaan dengan baik adalah semangat kerja, seseorang dengan semangat kerja yang rendah akan menghasilkan kinerja yang juga rendah , sebaliknya seseorang dengan semangat kerja yang tinggi akan menghasilkan kinerja yang tinggi pula bagi perusahaan. Semangat kerja inilah yang dibutuhkan oleh suatu perusahaan dari para tenaga kerjanya. Sebab dengan modal tenaga kerja yang tinggi pula akan membentuk performa perusahaan dimasa yang akan datang. Faktor semangat kerja yang positif menjadi hal yang mutlak bagi kelanjutan suatu usaha perusahaan.

⁸ Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Karyawan Dan Kepuasan Konsumen*, (Bandung:Pusta Reka Cipta, 2015), hlm. 34-35

- c. Keterampilan berkomunikasi dengan konsumen (*communication skills*) keterampilan komunikasi dengan konsumen bukan merupakan sesuatu yang instan, sesuatu yang sendirinya muncul ketika seseorang dengan menghadapi konsumen, akan tetapi keterampilan komunikasi dengan konsumen harus terus dipelihara dan senantiasa ditingkatkan dalam memelihara dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Terkadang mungkin saja pelayanan yang diberikan seorang staf pelayanan mungkin tidak selalu baik atau tidak memenuhi harapan para pelanggan, akan tetapi karena komunikasi selalu dipelihara dengan baik, staf pelayanan sangat mengenal konsumennya bahkan lebih dari sekedar melayani tetapi juga menjalin silaturahmi yang cukup baik dengan konsumennya ditempat beliau bertugas, bukan tidak mungkin pelayanan yang diberikan kurang memenuhi harapan konsumennya itu akan tertutupi dengan hubungan silaturahmi yang cukup baik diantara mereka, dan inilah arti penting komunikasi yang baik dengan pelanggan atau konsumen.
- d. Penguasaan teknologi informasi (*technological skills*), dalam penguasaan kemampuan berkomunikasi, para staf pelayanan juga harus mampu teknologi praktis, dalam pemberian pelayanan penguasaan teknologi informasi (*customer information system*) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan kemampuan staf pelayanan dilingkungan perusahaan jasa. Dengan demikian, maka teknologi harus mampu menciptakan kemudahan dalam pelaksanaan pekerjaan, dan bukan sebaliknya. Dengan kata lain

penguasaan teknologi dalam pelayanan harus mempermudah bentuk pelayanan menjadi lebih baik.⁹

Pelayanan yang baik memungkinkan sebuah perusahaan untuk memperkuat loyalitas pelanggan dengan meningkatkan pangsa pasar. Oleh karena itu pelayanan yang baik menjadi sangat penting dalam oprasi sebuah perusahaan. Perusahaan juga bisa secara langsung untuk memperkirakan pengaruh perbaikan pelayanan secara efektif dengan mengukur kualitas pelayanan dalam mengatasi keluhan bagi nasabah dan keinginan membeli ulang dan loyal terhadap perusahaan. Perusahaan dapat memonitor hubungan antara perbaikan pelayanan dan hasil bisnis dengan mengukur keinginanan pelanggan yang tidak puas dan pelanggan yang puasa atas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut.¹⁰

Kemampuan memberikan pelayanan yang profesional merupakan tuntutan yang tidak bisa ditawar lagi mengingat konsumen dalam posisi yang dirugikan, hal tersebut ditambah dengan diberlakukanya Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang pada dasarnya mengatur hak-hak konsumen dimana konsumen harus diberlakukan secara jujur, tidak diskrimatif, serta untuk didengarkan pendapatnya dan keluhan atas barang dan jasa yang di tawarkan perusahaan.

⁹ *Ibid.* hlm.39-49

¹⁰ Rambat Lupiyoadi, *Op. Cit* , hlm. 280

Keharusan memberikan pelayanan secara profesional kenyataan juga menjadi suatu kewajiban yang harus dipenuhi oleh penyedia jasa pelayanan. Kewajiban menjadi staf pelayanan harus mampu memberikan jasa pelayanan secara profesional kepada para konsumen juga merupakan tuntutan yang tidak mudah di penuhi. Apa bila perusahaan tidak segera merintisnya. Terutama perusahaan-perusahaan negara pada umumnya

Dalam rangka menghasilkan suatu pelayanan yang berkualitas perusahaan diharapkan dapat mengukur pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggannya melalui skala melalui pengukuran berdasarkan hasil penelitian beberapa pakar sebelumnya. Dalam hal ini model SERQUAL memiliki aplikasi skala pengukuran yang disebutkan *mulipl-item scale* yang merupakan hasil penelitian Parasuraman Dkk. Skala pengukuran yang baik dan tersebut digunakan perusahaan-perusahaan untuk mengerti lebih baik harapan dan persepsi pelanggan akan pelayanan yang diharapkan. Yang dapat menghasilkan peningkatan pelayanan. Yaitu: *tangible* (berwujud), kemampuan perusahaan dalam menunjukan eksistensi perusahaannya, *realiabilitas* (kehandalan) kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, *responsiveness* (ketanggapan), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberi pelayanan yang cepat dan tepat waktu, *assurance*, jaminan dan kepastian, yaitu pengetahuan kesopansantunan dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, *empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus bersifat individual atau pribadi yang diberikan para pelanggan.

3. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan juga bergantung pada beberapa hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Dari faktor manusia sangat memegang kontribusi terbesardari kualitas pelayanan terhadap perusahaan. “Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pengunjung”.¹¹ Berdasarkan definisi di atas, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan dari pengunjung diperusahaan.

Untuk pengertian selanjutnya “kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pengunjung atas layanan yang mereka terima/peroleh”.¹² Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pengunjung dan berakhir dengan kepuasan pengunjung serta dapat mempengaruhi dari loyalitas pengunjung.

Islam mengajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik, berupa barang maupun pelayanan atau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan pelayanan atau jasa yang buruk kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqoroh ayat 267

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِءَاخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan

¹¹ Fendy Tjipto dan Gregorius Chandra, *Service, Citra Wisata dan Setixfaction*. (Yogyakarta: Andi, 2005), hal.

121

¹² Rambat Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, (Jakarta: SalembaEmpat, 2001), hal. 148

*daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji". (QS. Al Baqarah : 267)*¹³

4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Berdasarkan model kualitas pelayanan ini peneliti mengidentifikasi lima determinasi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

- a. *Kehandalan*, kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
- b. *Responsivitas*, kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
- c. *Jaminan*, pengantahuan dan kesopanan serta bagaimana mereka menunjukkan kepercayaan serta keyakinan.
- d. *Empati*, kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pengunjung.
- e. *Wujud*, penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

Menghasilkan suatu pelayanan yang berkualitas, diperusahaan diharapkan dapat mengukur pelayanan yang telah diberikan kepada pengunjungnya melalui skala pengukuran berdasarkan hasil penelitian beberapa pakar sebelumnya. Dalam hal ini, model *SERQUAL* memiliki aplikasi skala pengukuran yang disebut dengan *multiple-item scale* yang merupakan hasil penelitian Parasuraman dkk. Skala dengan validitas dan realibilitas yang baik tersebut digunakan perusahaan untuk dapat mengerti lebih baik harapan dan persepsi pengunjung

¹³ Al-Qur'an dan terjemah.

akan pelayanan yang diinginkan, yang dapat menghasilkan peningkatan dalam pelayanan.

Instrumen dalam skala tersebut didesain untuk bermacam bentuk pelayanan. Instrumen tersebut merupakan suatu format dalam menentukan harapan dan perspsi pelanggan, serta dapat digunakan untuk dapat menentukan kualitas pelayanan suatu perusahaan atas dasar lima dimensi kualitas pelayanan.¹⁴

Dalam salah satu studi mengenai SERQUAL oleh parasuraman dkk. bahwa terdapat lima dimensi SERQUAL yaitu sebagai berikut:

1. *Reliability* (kehandalan) adalah kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar jenis pelayanan yang sudah dijanjikan kepada nasabah. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab karyawan sopan dan ramah. Dalam Alqur'an juga diterangkan mengenai melaksanakan janji yang telah disepakati yaitu dalam surat Al-Mu'minin ayat 8.

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْنَتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ ﴿٨﴾

Artinya:

Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya.

Ayat di atas menunjukan bahwa dalam melaksanakan tugasnya, karyawan harus benar-benar menjaga amanah (pekerjaan) yang telah perusahaan percayakan kepadanya. Dan seorang pelaku

¹⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm.217

bisnis akan memenuhi janji dan memiliki komitmen pada menentukan kualitas jasa suatu perusahaan atas dasar lima dimensi kualitas jasa.¹⁵

2. *Responsiveness* (daya tanggap) adalah suatu respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pengunjung dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dalam islam kita harus selalu menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang akan terjadi akan ditanggung oleh pengunjung. Terlebih dari itu Allah telah berfirman dalam [QS.Al.maidah [5]1).¹⁶

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحَكُّمٌ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.

3. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan, atas pengetahuan produk atau jasa secara tepat, kualitas keramah, tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung, hendak selalu memberikan etika berkomunikasi supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan sehingga perusahaan tetap mendapatkan

¹⁵ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hlm.217

¹⁶ *Ibid.* hlm.336

kepercayaan dari pengunjung, dan terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam bermuamalah. Allah SWT telah mengingatkan sebagaimana termaktub dalam QS Ali-Imran ayat 159¹⁷

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya:

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu-. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

4. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para pengunjung. Perhatian yang diberikan perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada orang lain. Allah telah berfirman: (QS. An. Nahl [16]:90)¹⁸

¹⁷ *Ibid.* hlm.42

¹⁸ *Ibid.* hlm. 65

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٢٠﴾

Artinya:

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.

5. *Tangibles* (bukti fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik.

Bahwa dalam menjalankan oprasional perusahaan harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawan dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar'i hal ini sebagaimana firman Allah swt dalam(QS. Al.A'raf[7]:26)¹⁹

يَبْنِي ۖ أَدَمَ قَدْ أَنزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُورِي سَوَاءَ تَكُمُ وَرِيشًا ۖ وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ۚ ذَٰلِكَ مِنْ ءَايَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ﴿٢٦﴾

Artinya:

Hai anak Adam, Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa Itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat.

¹⁹ Ibid.hlm.77

4. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Prinsip-prinsip bisnis yang ideal pernah dilakukan Nabi dan para sahabatnya. Realitas ini menjadi bukti bagi banyak orang, bahwa tata bisnis yang berkeadilan sebenarnya pernah terjadi dimadinah. Nilai spirit dan ajaran yang dibawa nabi berguna untuk membangun tata bisnis yang baru, yang akhirnya terwujud tata bisnis dunia yang berkeadilan terdapat lima aksioma etika bisnis yaitu:

- a. Prinsip kesatuan/tauhid/ke-Esa-an ini merupakan wacana teologis yang mendasari aktifitas manusia, termasuk aktifitas bisnis. Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk ilahiya sosok makhluk yang bertuhan. Dengan demikian setiap kegiatan bisnis yang dilakukan oleh manusia tidak terlepas dari pengawasan Tuhan.
- b. Prinsip keadilan dan keseimbangan, ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki karakter seimbang dan adil dalam konteks hubungan antar manusia, dengan demikian pelaku bisnis harus berlaku adil dan seimbang dalam menjalankan bisnisnya atau usahanya.
- c. Prinsip kebenaran, kebijakan dan kejujuran, nilai kebenaran adalah nilai yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Dalam Al-Quran aksioma yang mengandung kebijakan dan kejujuran dapat ditegaskan atas keharusan yang harus dipenuhi perjanjian dalam melaksanakan bisnis.
- d. Prinsip kehendakan bebas/ kebebasan, kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam.

- e. Prinsip tanggung jawab, pertanggungjawaban berarti manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggung jawab moral kepada tuhan atas perilaku bisnis.²⁰ Allah swt berfirman (QS.Az-Zalzalah (99): 7-8).²¹

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ۖ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ۖ

Artinya:

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula.

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap pengunjung yaitu standarisasi syari'ah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum sya'ra dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Didalam Islam tidak mengenal kebebasan beraqidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang memeluk Islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka wajib baginya untuk terikat dengan seluruh syariah islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah SWTsesuia dengan cara yang sudah ditentukan. Oleh karena itu, variabel-variabel yang di uji tidaklah murni menggunakan teori konvensional saja, namun menjadikan syariah sebagai standar penilaian atas teori tersebut.

Keharusan memberikan pelayanan secara profesional kepada konsumen suatu kewajiban yang harus dipenuhi penyedia jasa pelayanan. Kewajiban bagi staf pelayanan yang harus di penuhi yaitu harus mampu memberi pelayanan secara profesional kepada para konsumen juga

¹⁰ Madnasir Dan Khoirudin (Buku Ajar), *Etika Bisnis Dalam Islam*, Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung, 2012, hlm 55-68

²¹ Depertemen Agama RI, *Op, Cit*, hlm. 599

merupakan tuntutan yang tidak mudah untuk dipenuhi, apabila jasa pelayanan tidak dengan segera merintisnya. Terutama perusahaan-perusahaan jasa pelayanan negara pada umumnya.

B. Kepuasan Pengunjung

1. Pengertian Kepuasan Pengunjung

Pelanggan saat ini menentukan pilihan berdasarkan persepsi mereka akan kualitas, pelayanan, dan nilai. Perusahaan harus memahami faktor penentu nilai dan kepuasan pelanggan. Terdapat beberapa ahli yang menyatakan tentang apa yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1. Philip kotler, et menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka.²²
2. Menurut Fandy Tjiptono kepuasan pelanggan yaitu mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh pelanggan.²³
3. J. Supranto menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Seperti seorang penumpang mengharapkan pesawat berangkat tepat waktu, akan tetapi kenyataanya sering terlambat, sehingga mengecewakan atau menimbulkan rasa tidak puas.

²² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, manajemen pemasaran (jakarta:Erlangga,2008). H 138-139

²³ Fandy Tjiptono, Strategi pemasaran (yogyakarta:Andi, 2008), h. 24

4. Menurut Gregorius Chandra, tingkat kepuasan seorang pelanggan terhadap produk tertentu merupakan hasil dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan bersangkutan atas tingkat manfaat dipersepsikan (*perceived*) telah diterimanya setelah mengosumsi atau menggunakan produk dan tingkat manfaat yang diharapkan (*expected*) sebelum pembelian. Jika persepsi sama atau lebih besar dibandingkan harapan, maka pelanggan akan puas²⁴.

Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil yang diperoleh pelanggan atau tingkat kepuasan pelanggan setelah membandingkan kinerja dengan harapan yang diharapkan pelanggan. Jika hasil kinerja sesuai dengan harapan yang diinginkan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas, sedangkan hasil kinerja dibawah harapan yang diinginkan pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa.

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum yaitu:

1. Jika kerja dibawah harapan, pelanggan tidak akan puas.
2. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan puas.
3. Apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas.

Harapan pembeli terbentuk dengan pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalnya. Serta informasi dan janji pemasar dan pesaingnya. Apabila pemasar menaikan harapan

²⁴ Gregorius Chandra, Strategi dan Program Pemasaran, (Yogyakarta: Andi,2002), h.6

pelanggan terlalu tinggi, pembeli mungkin akan kecewa jika perusahaan gagal memenuhinya. Di lain pihak, jika perusahaan menetapkan harapan pelanggan terlalu rendah, maka perusahaan tidak dapat menarik cukup banyak pembeli, meskipun yang membeli akan puas.²⁵ Jadi perusahaan harus berhati-hati dalam memberikan harapan pelanggan jika ingin pelanggan membeli ulang kembali maka perusahaan harus menaikan harapan pelanggan dengan demikian akan tercipta kepuasan pelanggan, pelanggan yang merasa puas secara tidak langsung akan mempromosikan produk atau jasa yang kita tawarkan.

2. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk atau jasa konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *itangible*, konsumen umumnya menggunakan atribut atau fakto-faktor sebagai berikut:²⁶

1. Bukti langsung/berwujud(*tangibles*)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan,pegawaian dan sarana komunikasi

2. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera,akurat dan memuaskan.

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. Jaminan (*assurance*)

²⁵ Ibid., h.50-51

²⁶ Fandy Tjiptono, op.cit, h. 24

Yaitu mencakup kemampuan, pengetahuan, kesopanan, sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas biaya, resiko dan keraguan.

5. Empati (*empaty*)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Bersifat intangible atau tidak berwujud yang mana jika kelima faktor tersebut terpenuhi maka akan terciptanya kepuasan pelanggan yang diharapkan.

3. Mengukur kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik. Menurut Kotler et. Al ada 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:²⁷

1. Sistem keluhan dan saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar beraksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah –masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh pelanggannya dan segera memperbaikinya. Metode ini

²⁷ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta:CV. Andi Offset, 2008), Edisi-3, h. 34-35

berfokus pada identifikasi masalah dan juga mengumpulkan saran-saran dari pelanggannya langsung.

2. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*). Untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing. Kemudian mereka akan melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu pula *ghost shopper* juga bila menghadapi cara penanganan pada setiap keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun oleh pesaing.

3. *Lost customer analysis*

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah berpindah pemasok, agar diketahui penyebab kenapa pelanggan itu kabur. Dengan adanya peningkatan *customer lost rate* maka akan menunjukkan adanya kegagalan dari pihak perusahaan untuk dapat memuaskan pelanggannya.

4. Survei kepuasan pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan diadakan dengan melakukan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung. Dengan dilakukannya survei oleh pihak perusahaan kepada pelanggan, maka perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga akan memberikan tanda bahwa perusahaan menaruh perhatian yang besar kepada pelanggan.

Menurut fandy tjiptono, kepuasan pelanggan dapat diukur dari enam konsep inti yaitu:²⁸

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan(*overall customer satisfaction*) gaya yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka terhadap jasa tertentu. Ada dua hal dalam proses pengukurannya, pertama mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap jasa pesaing.

2. Dimensi kepuasan pelanggan

Proses semacam ini terdiri dari empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai jasa

²⁸ Wili Andri Merdian, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus TIKI Yogyakarta, Skripsi Sarjana Ekonomi, (Yogyakarta: Perpustakaan Universitas Sanata Dharma, 2007) h.19-20.td

perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf layanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Keempat, meminta pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan.

4. Minat pembelian ulang (*repurchase intent*)

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan menggunakan jasa perusahaan lagi.

5. Kesiediaan untuk merekomendasikan (*willingness to recommend*)

Kesiediaan pelanggan merekomendasikan jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

6. Ketidakpuasan pelanggan (*customer dissatisfaction*)

Beberapa macam aspek yang sering digunakan untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi: complain, retur, atau pengembalian ulang produk, biaya garansi, *recall*, *word of mouth negative*, dan *defections*.

Agar tercapainya kepuasan yang diharapkan pelanggan maka perusahaan perlu melakukan survey terhadap pelanggan terkait puas atau tidak puasnya pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Maka perusahaan bisa melakukan teknik atau metode seperti sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis* dan *survey*.

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung menurut Kuswandi.²⁹

a. Mutu produk atau jasa

Mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya. Produk atau jasa yang berkualitas akan lebih menarik bagi pelanggan bahkan akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan, karena pelanggan yang semakin berpengetahuan, lebih mencari kualitas terbaik dalam membeli produk atau jasa yang dibutuhkan sehingga penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas yang berorientasi kepuasan pelanggan.

b. Mutu pelayanan

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. Salah satu cara agar penjualan jasa perusahaan akan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat kepentingan

²⁹ Muh Yunus Bandu, "*pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (persero) rayon makassar barat*"; skripsi sarjana sosial dan politik, (makassar; perpustakaan universitas hasanuddin, 2012) h. 41

pelanggan yang tujuan akhirnya adalah untuk kepuasan pengunjung.

c. Harga

Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Pengunjung akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.

d. Waktu pelayanan

Maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

e. Keamanan

Pengunjung akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pengunjung tersebut.

5. Mempertahankan Pengunjung

Dengan semakin ketatnya persaingan, maka perusahaan harus berfikir keras untuk mencari solusi agar pengunjung tetap loyal terhadap perusahaan. Terdapat berbagai cara untuk menarik dan mempertahankan pengunjung antara lain adalah sebagai berikut;³⁰

1. Memberikan potongan harga kepada pengunjung setia
2. Memberikan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing, sehingga pengjung merasa puas dan tidak beralih ke pesaing.

³⁰ Jhoanes Supranto, op.cit, h. 236

6. Kepuasan Pengunjung Menurut Prespektif Islam

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya, begitu juga dalam hal muamalah. Muslim harus qona'ah mengenai hal-hal yang sudah didapatkan dan tidak diperbolehkan menggunakan prinsip tidak syar'i dengan alasan ingin mendapatkan harta lebih banyak walaupun untuk menghidupi keluarga. Dalam At-Taubah : 59 dijelaskan bahwa:

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya:

Jikalau mereka sungguh-sungguh ridha dengan apa yang diberikan Allah dan Rasul-Nya kepada mereka, dan berkata: "Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan sebagian dari karunia-Nya dan demikian (pula) Rasul-Nya, sesungguhnya kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah," (tentulah yang demikian itu lebih baik bagi mereka).

Sebuah transaksi ekonomi pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan pengunjung terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Berkaitan dengan penyediaan layanan pengunjung, islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan layanan yang berkualitas bagi pengunjungnya. Pencapaian kualitas pelayanan yang terbaik pada organisasi atau perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen islam yang kokoh atau disebut juga "Total Islam Quality" (TIQ), dimana dasar bangunan tersebut bersumber dari Al-qur'an dan hadist, dan dapat terbentuk jika ada instrumen-instrumen berikut, yaitu;

- a. Harus didasari oleh kesabaran
- b. Komitmen jangka panjang
- c. Perbaikan kualitas pelayanan

- d. Kerjasama dan hormat/rispek terhadap setiap orang
- e. Pendidikan dan latihan

7. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan penemuan dari beberapa ahli antara lain Tse dan Wilon diperoleh rumus sebagai berikut; kepuasan pelanggan= f (*expectations, received, performance*). Dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pengunjung yaitu *expectations* dan *received performance*. Apabila *received performance* melebihi *expectations*, maka pengunjung akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya maka pengunjung akan merasa tidak puas. Tse dan Wilon juga menemukan bahwa ada pengaruh langsung dari *perceived performance* terhadap kapuasan pengunjung. Pengaruh *percieved performance* tersebut lebih kuat dari pada *expectations* didalam penentuan kepuasan pengunjung.

Penelitian yang dilakukan oleh Dabholkar et. Al menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulupun banyak membahas tentang variabel-variabel yang berhubungan dengan penelitian ini, sehingga bisa dijadikan sebagai rujukan atau pedoman dalam penelitian ini.

Tabel 2.1

Penelitian terdahulu

no	Nama peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Oldy Ardhana	2010	Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (studi pada bengkel caesar semarang)	1. Kualitas pelayanan(X1) 2. Harga (X2) 3. Lokasi(X3) 4. Kepuasan pelanggan(Y)	Analisis regresi linear berganda	Dari hasil persamaan regresi linear berganda dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan harga dan lokasi memberi pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

						n
2	Ari susanto wibowo	2013	Pengaruh harga kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan di kota purwokert o	1. Harga (X1) 2. Kualita s pelayan an (X2) 3. Nilai pelangg an (X3) 4. Kepuas an konsum en(Y)	Analisis regresi berganda	Berdasar kan hasil peneliti n tentang pengaruh harga kualitas pelayana n dan nilai pelangga n terhadap kepuasan pelangga n pada rumah makan di kota purwoker to diperoleh keterangan n cara silmutan tiga variabel independ en berpenga

						ruh signifika n terhadap kepuasan konsume n
--	--	--	--	--	--	---

Jurnal diatas membahas variabel yang sama dengan penulis yaitu tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan walau pun penelitian diatas mempunyai tiga variabel independen akan tetapi dari tiga variabel tersebut mengkaji tentang kualitas pelayanan dan harga sehingga bisa penulis jadikan referensi untuk penulisan skripsi ini.

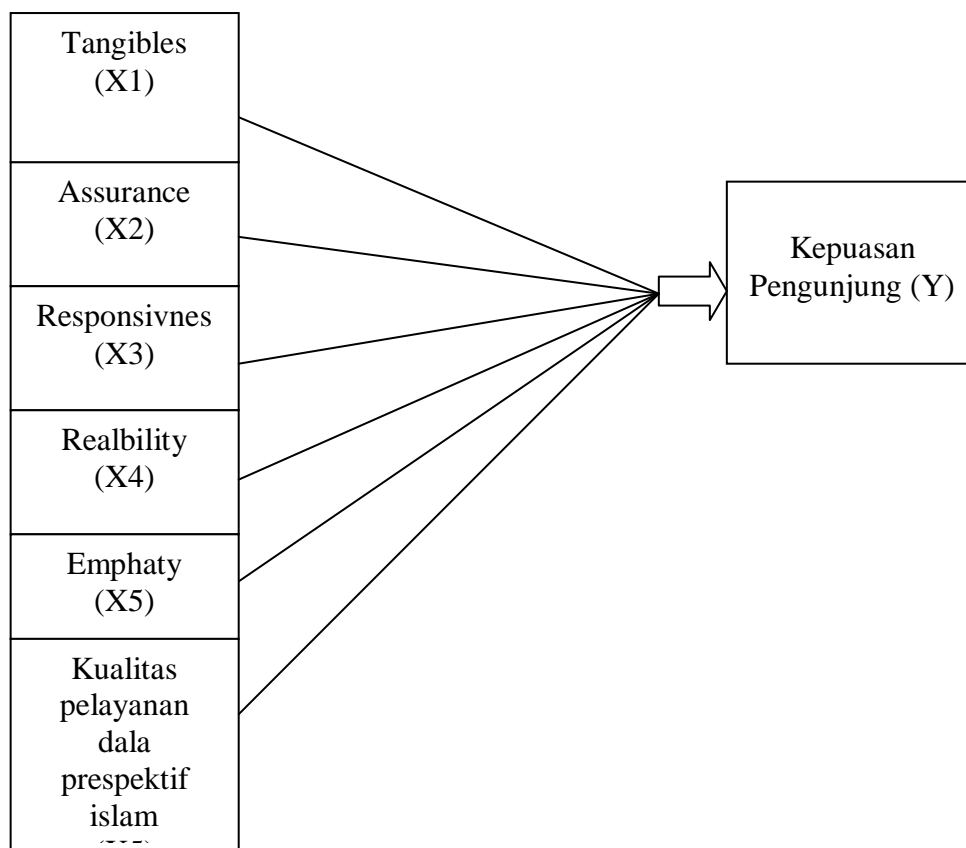
E. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan model kualitas pelayanan ini peneliti mengidentifikasi lima deimensi kualitas pelayanan yaitu: Bukti langsung (*tangibles*) Kehandalan (*reliability*) Daya tanggap (*responsiveness*) Jaminan (*assurance*) Emapati (*emphaty*) yang berpengaruh pada loyalitas pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.³¹

Kualitas pelayanan yang baik berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung secara langsung. Maka dapat dikatakan dimensi kualitas pelayanan yang positif berpengaruh langsung dengan loyalitas pengunjung yaitu mengatakan hal yang positif, memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Dalam penelitian ini variabel independen adalah kualitas pelayanan dan variabel dependennya adalah loyalitas pengunjung. Dengan kata lain, kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas pengunjung. Sebagaiman dijelaskan pada tabel berikut ini:

³¹ Ibid hlm 156



F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul, berdasarkan uraian-uraian maka hipotesis yang dirumuskan adalah “Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung”

Dalam hal ini maka peneliti menggunakan pengujian koefisien regresi variabel kualitas pelayanan yakni variabel (X) berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung, dengan ketentuan sebagai berikut:

H1: variabel tangibles (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) yakni kepuasan pengunjung dapat diterima

H2: Variabel Assurance (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) yakni kepuasan pengunjung

H3: Variabel Responsivnes (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) yakni kepuasan pengunjung.

H4; Variabel Reabiity (X4) berpengaruh signifika terhadap variabel (Y) yakni kepuasan pengunjung.

H5: Variabel Emphaty (X5) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) yakni kepuasan pengunjung

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu penelitian yang berlandaskan pada penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau pengukuran, untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data, menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.¹

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*). Jika dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif analisis bertujuan untuk mendeskriptikan, mencatat, menginterpretasikan dan analisis kondisi-kondisi yang terjadi atau ada.²

B. Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel utama yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). berdasarkan permasalahan dan hipotesis yang diajukan maka variabel penelitian diklasifikasikan sebagai berikut:

¹ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009) hlm.14

² Moh.Prabundu Tika, *Metodelogi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm.10

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X) yang terdiri dari:

- a. Berwujud (tangibles) (X1)
- b. Keandalan (reliability) (X2)
- c. Ketanggapan (responsiveness) (X3)
- d. Jaminan (assurance) (X4)
- e. Empati (emphaty) (X5)

2. Variabel Kepuasan Pengunjung

Untuk mengukur variabel-variabel yang akan diteliti melalui tanggapan responden digunakan Skala Likert. Dalam penelitian ini masing-masing jawaban pernyataan mempunyai lima kriteria yang diberikan skor sebagaimana tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Pemberian Skala
Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan *realiabel*, metode yang di gunakan antara lain:

1. Metode Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode mencari data tentang variabel yang berupa catatan, transaksi, buku-buku, surat kabar, notulen rapat dan

sebagainya.³ dalam hal ini metode yang dokumentasi untuk mengetahui jumlah pengunjung, sejarah berdirinya, dan struktur pada Harion Hostel Sariah Bandar Lampung.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan study pendahuluan untuk permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondenya kecil. Dalam penyusunan skripsi ini, wawancara dilakukan dengan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung untuk mengetahui informasi yang lebih banyak mengenai Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.

3. Metode angket (kuesioner)

Metode Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Metode ini digunakan untuk pengambilan data mengenai Kualitas Pelayanan dan Kepuasan pengunjung pada Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Yogyakarta:Renika Cipta,1996), hlm.231

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian tersebut maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung dalam kurun waktu 2016 yang berjumlah 3.980 pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.

2. Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian sampel adalah sebagian yang diambil dari populasi yang menggunakan cara-cara tertentu. Sampel merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh Sampel.⁴ Menurut Suharsimi Arikanto apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua, selanjutnya jika populasinya besar diambil antara 10-15% atau 20-25% atau tergantung pada kemampuan peneliti. Jumlah pengunjung yang puas terhadap Harion Hostel Syariah Bandar Lampung pada tahun 2016 di perkirakan sebanyak 650 pengunjung.⁵ ada beberapa tehnik perhitungan yang dilakukan dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan Slovin dan Husein Umar sebagai berikut:⁶

⁴ Sedermayanti, Hidayat, Syarifudin, *Metodelogi Penelitian*. (Bandung :Manjar Maju,2002), hlm. 34.

⁵ Data dari pihak harion hostel syariah bandar lampung thn 2016

⁶ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, h. 146

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Keterangan=

n= jumlah sampel minimal

N= Jumlah Populasi Keseluruhan

(e)= peresentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel (1%, 5%, atau 10%)

$$n = \frac{650}{1 + 650 (0.1)^2} = 87 \text{ responden}$$

teknik sampling adalah cara tertentu (yang secara metodologis dibenarkan) yang digunakan untuk menarik (mengambil, memilih) anggota sampel dari anggota populasi sehingga peneliti memperoleh kerangka sampel dan ukuran yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah dengan cara teknik *accidental sampling*. Accidental sampling yaitu pengambilan sampel secara aksidental dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian. Sehingga dalam teknik sampling di sini peneliti mengambil responden pada saat itu juga di harion hostel syariah bandar lampung.

E. Metode Pengolahan Data

Metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara:

1. Editing Data

Editing data adalah penelitian kembali data yang telah dikumpulkan dengan menilai apakah data yang telah dikumpulkan tersebut cukup basik atau relevan untuk diproses atau diolah lebih lanjut.

2. Pengkodean Data

Pengkodean data adalah usaha mengklasifikasikan jawaban dari para responden menurut macamnya. Dalam melakukan pengkodean data, jawaban-jawaban responden diklasifikasi dengan memberikan kode tertentu berupa angka.

3. Tabulasi Data

Populasi data adalah proses penyusunan dan analisis data dalam bentuk tabel. Dengan memasukan data dalam bentuk tabel kita akan mudah melakukan analisis. Pembuatan sebuah tabel sangat tergantung dari masalah, tujuan, dan hipotesis penelitian.⁷

F. Analisis Data

Model analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana. Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh X terhadap Y.⁸ Yang dimaksud pengaruh X terhadap Y yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dalam persepektif ekonomi Islam. Oleh karena itu model analisis ini menggunakan analisis regresi sederhana. Analisis regresi sederhana mempelajari apakah antara dua variabel mempunyai pengaruh/hubungan atau tidak, mengukur kekuatan pengaruhnya, dan membuat ramalan yang didasarkan pada kuat lemahnya pengaruh/ hubungan tersebut. Teknik analisis ini akan bermakna apabila pengaruh antara variabel-variabel didasarkan pada kerangka teori yang terkuat.

⁷ Moh. Prabudian Tika, *Metodelogi Riset bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 81

⁸ .Supranto, *Metode Ramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi Dan Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta 2010), hlm. 32

Jika sekala pengukuran data dari dua variabel yang akan dianalisis merupakan sekala interval atau rasio maka untuk menjelaskan pengaruh antara kedua variabel tersebut dapat dilakukan dengan dapat digunakan dengan regresi sederhana.⁹ Sebelum melakukan analisis regresi, untuk mendapat nilai yang baik, maka penulis perlu melakukan sebuah pengujian pada instrumen pengumpulan data yang digunakan. Metode pengujian analisis data dalam hal ini adalah Validitas dan reabilitas. Untuk lebih jelasnya hal-hal yang berhubungan dengan validitas dan reabilitas.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan. Setiap penelitian selalu dipertanyakan mengenai validitas alat yang digunakan. Suatu alat pengukuran dikatakan valid jika alat itu dipakai untuk mengukur sesuai dengan kegunaannya.¹⁰

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam sesuatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan sig 5% jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka valid. Dalam penelitian ini r tabel diperoleh dari signifikasi yang sebesar 0.05 atau 5% dan $n = 100$, sehingga nilai r tabel adalah 0.197.

⁹ Kadir, *Statistika Terapan*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2015), hlm.176

¹⁰ Moh. Pambundu Tika, *Loc. Cit*, hlm.65

Dalam melakukan uji validitas ini penulis menggunakan menggunakan komputerisasi SPSS 16 dengan tehnik pengujian dengan rumus product moment karell person sebagai berikut:¹¹

$$R = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2) \times (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

R= Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

N= Jumlah sample

$\sum X$ = Jumlah skor x

$\sum Y$ = Jumlah skor y

XY= skor rata-rata dari x dan y

b. Reabilitas

Reabilitas memiliki arti dan sifat dapat dipercaya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reabilitas apabila digunakan berkali-kali oleh penelitian yang sama atau oleh peneliti lain tetap akan menghasilkan hasil yang sama.¹² Uji reabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal ynag berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan demensisuatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner.

¹¹ Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS(Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, Yogyakarta: MediaKom, 2008, h. 16

¹² Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2004), hlm.15

Uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0.60 maka reliabel.¹³

2. Uji Asumsi Klasik

Ada beberapa alat uji yang sering dilakukan dalam uji asumsi klasik diantaranya adalah:

a. Uji normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat nilai apakah residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal p plot, skewness dan kurtosis atau uji *kolmogorov smirnov*. Tidak ada metode yang buruk atau tidak tepat. Tipsnya adalah pengujian dengan metode grafik sering menimbulkan perbedaan persepsi diantara beberapa pengamat. Dalam gozali untuk mendeteksi normalitas data juga diuji dengan uji kolmogorof smirnov dilihat dari nilai-nilai residual yang dihasilkan di atas nilai signifikasi yang ditetapkan , nilai signifikasi yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05.

b. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolineritas, yaitu adanya hubungan liner antara variabel independen dalam model regresi.¹⁴

¹³ *Ibid*, hlm. 126.

¹⁴ *Ibid*,.

G. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu, hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif.

Rumus regresi linier berganda yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pengunjung

a = Konstanta Interception X^4 = Variabel Realbility

b = Koefisien Regresi X^5 = Variabel Emphaty

E = Kesalahan

X^1 = Variabel Tangibles

X^2 = Variabel Assurance

X^3 = Variabel Responsivnes

Untuk menguji apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen, maka diperlukan uji koefisien.

a. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.¹⁵

Rumus t_{hitung} pada analisis regresi adalah:

¹⁵ Danandjaja, *Metodologi Penelitian Sosial*, Yogyakarta: Graha Ilmu, h. 23

$$t_{hitung} = \frac{bi}{Sbi}$$

keterangan : bi = Koefisien Regresi Variabel i

Sbi = Standar Error Variabel i

Atau bisa dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \mathbf{x} = \frac{r \sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan : r = Koefisien korelasi parsial

k = Jumlah variabel independen

n = jumlah data atau kasus

b. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y), Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak.¹⁶

F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

¹⁶ Dwi Priyanto, *Op.Cit.*, h. 81

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Harion Hostel Syariah Bandar Lampung

Harion Hostel Syariah Bandar Lampung berlokasi di Jl. Pulau Batam 8 No 5 Bandar Lampung. Harion Hostel Syariah Bandar Lampung memiliki sebuah restoran yang buka selama 24 jam. Hal yang ditawarkan adalah konsep penginapan khusus dengan penekanan pada ajaran syariat Islam.

2. Aturan-aturan dan Fasilitas pada Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.

a. Peraturan Non Fisik

- 1) Tidak menawarkan makanan dan minuman yang tidak
- 2) Halal seperti daging dari binatang buas, babi, dan sebagainya.
- 3) Selain suami istri tidak boleh menginap dalam satu kamar.
- 4) Dalam ruangan hotel tidak boleh merokok.

b. Peraturan Fisik (bangunan) bangunan hotel dibagi menjadi 4 yaitu:

- 1) Bangunan suami istri (zaujani)
- 2) Bangunan single perempuan (hawa)
- 3) Bangunan single pria (adam)
- 4) Jenis fasilitas penunjang

Fasilitas penunjang dalam Harion Hostel syariah Bandar Lampung merencanakan hotel bintang 4, untuk itu ada beberapa fasilitas penunjang yang ada di harion hostel syariah Bandar Lampung diantaranya: jumlah kamar

standar minimum 50 kamar minimal berukuran 24m² dan jumlah kamar *suite* minimum 3 kamar berukuran minimal 48m².

Dalam hal ini karakter tampilan fisik ataupun *style* bangunan, bahwa karakter yang cocok ditampilkan dalam Harion Hostel Syariah Bandar Lampung adalah sebuah bangunan dengan desain yang masih menekankan kaidah-kaidah islami seperti geometri seni islam seperti:

1. Bentuk lengkung seperti tapal kuda yang biasa dijumpai di Negara arab
2. Bentuk segi 6 dan bintang 8 merupakan bentuk geometri islami
3. *Green architecture* termasuk bagian dari *islamic building* selain dari bentuk fasad dan ornamen bangunan. Pertimbangan ornamen perlengkapan berdasarkan pada :
 - a) Tidak ada lukisan yang berupa makhluk hidup dan patung karena dapat menjadikan berhala atau menyekutukan allah.
 - b) Hiasan dinding hanya berupa huruf arab atau kaligrafi
 - c) Bersih karena kebersihan merupakan sebagian dari iman
 - d) Tempat tidur satu arah supaya posisi tidur bisa miring kekanan dan posisi wajah menghadap ke qiblat. Karena pada saat tidur seperti orang mati.
 - e) Toilet tidak menghadap ke qiblat, karena menghadap qiblat merupakan untuk orang shalat.
 - f) Pada bangunan Hostel Syariah ini menekankan bentuk bangunan yang orientasinya menghadap ke qiblat supaya posisi shalat bisa menghadap ke qiblat.

B. Hasil Kuisioner

1. Karakteristik Responden

Untuk memahami hasil-hasil penelitian, peneliti memerlukan data deskriptif responden yang akan digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi. Dalam poin deskriptif atau gambaran umum responden, peneliti menyajikan tiga informasi penting yang dapat menggambarkan karakteristik responden.

Untuk menjaga kerahasiaan data pribadi responden, peneliti menggunakan ID sebagai ganti dari nama. Dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, pekerjaan dan usia.

a. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin pengunjung Hostel Harion Syariah Bandar Lampung yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Laki-laki	57	65,5
2	Perempuan	30	34,5
Total		87	100

Sumber: Data Horion Hostel Syariah diolah oleh peneliti, 2017

Terlihat dari pada tabel 4.1 diketahui bahwa jenis kelamin pengunjung hostel harion Bandar Lampung yang diambil sebagai responden didominasi oleh responden pria. Jenis kelamin pria yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 57 orang atau 65,5%. Sedangkan sisanya 34,5% responden adalah berjenis kelamin wanita yaitu dengan frekuensi sebanyak 30 orang.

b. Pekerjaan Responden

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	%
1	Wiraswasta	40	46,0
2	Pns	16	18,4
3	Pedagang	19	21,8
4	Pelajar	12	13,8
Total		87	100

Sumber: Data Horion Hostel Syariah diolah oleh peneliti, 2017

Data mengenai pekerjaan responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi lima kategori, yaitu: pelajar/mahasiswa, PNS, Wiraswasta, swasta, dan lainnya. Adapun data mengenai pekerjaan pengunjung hostel harion yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Terlihat dari pada tabel 4.2 diketahui bahwa pekerjaan pengunjung harion hostel syariah Bandar lampung yang diambil sebagai responden mayoritas adalah pekerja wiraswasta yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 40 orang atau 40,0 %. Sedangkan pelajar mahasiswa 12 orang atau 13,8% reponden, PNS 16 orang atau 18,4% dan pedagang 19 orang atau 21,8% responden.

c. Usia Responden

Data mengenai umur responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi empat kategori yaitu dari umur 17-26 tahun, 27-36 tahun, 37-46 tahun dan >47 tahun . Adapun data mengenai umur pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar lampung yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	%
1	17-26 tahun	11	12,6
2	27-36 tahun	35	40,2
3	37-46 tahun	26	29,9
4	>47 tahun	15	17,2
Total		87	100

Sumber : Data Horion Hostel Syariah diolah oleh peneliti, 2017

Terlihat dari tabel 4.3 ini memperlihatkan bahwa pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 17-26 tahun yaitu ada 11 responden atau 12,6%, sedangkan yang berusia 27-36 tahun yaitu ada 35 responden atau 40,2%, terdapat 26 responden yang berusia kisaran 37-46 tahun dan sisanya sebanyak 15 responden berusia kisaran diatas 47 tahun.

2. Gambaran Jawaban Responden

Penyajian data deskriptif variabel penelitian bertujuan agar dapat dilihat tanggapan-tanggapan responden dalam penelitian tersebut. Distribusi hasil jawaban responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut.

a. Variabel Bukti Fisik (*Tangibles*)

Berdasarkan jawaban responden atas pernyataan-pernyataan mengenai variabel bukti fisik yang diberikan Harion Hostel Syariah Bandar Lampung dapat dilihat pada table berikut ini

Tabel 4.4
Deskripsi Jawaban Responden tentang Bukti Fisik (X1)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	P1	3	3,4	12	13,8	37	42,5	28	32,2	7	8,0
2	P2	1	1,1	8	9,2	36	41,4	36	41,4	6	6,9
3	P3	2	2,3	2	2,3	41	47,1	36	41,4	6	6,9

Sumber : Data Horion Hostel Syariah diolah oleh peneliti, 2017

Keterangan: F (Frekuensi), SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju).

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukan bahwa jawaban responden mengenai pernyataan P1 (lokasi Harion Hostel Syariah strategis dan mudah terjangkau) memberikan jawaban tertinggi adalah netral pada presentase 42,5% dengan jumlah 37 responden.

Jawaban responden mengenai pernyataan P2 (Harion Hostel memiliki fasilitas yang menarik, nyaman, dan bersih) memberikan jawaban tertinggi adalah netral dan tidak setuju dengan presentase 41,4% dengan jumlah 36 responden.

Jawaban responden mengenai pernyataan P3 (petugas harion hostel berpenampilan menarik dan professional) memberikan jawaban tertinggi adalah netral dengan presentase 47,1% dari jumlah 41 responden.

b. Variabel Keandalan

Berdasarkan jawaban responden atas pernyataan-pernyataan mengenai variabel keandalan yang diberikan Harion Hostel Syariah Bandar Lampung dapat dilihat pada table berikut ini

Tabel 4.5
Diskripsi Jawaban Responden Tentang Keandalan(X2)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	P4	2	2,3	3	3,4	39	44,8	31	35,6	12	13,8
2	P5	3	3,4	3	3,4	38	43,7	25	28,7	18	20,7
3	P6	3	3,4	3	3,4	37	42,5	28	32,2	16	18,4

Sumber : Data Horion Hostel Syariah diolah oleh peneliti, 2017

Keterangan: F (Frekuensi), SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju), STS(Sangat Tidak Setuju).

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukan bahwa jawaban responden mengenai pernyataan P4 (pihak Harion Hostel melayani pengunjung sesuai kebutuhan pengunjungnya) memberikan jawaban tertinggi adalah netral pada presentase 44,8% dengan jumlah 39 responden.

Jawaban responden mengenai pernyataan P5(pihak Harion Hostel memberikan pelayanan yang sama kepada semua pengunjungnya) memberikan jawaban tertinggi adalah netral dengan presentase 43,6% dengan jumlah 38 responden.

Jawaban responden mengenai pernyataan P6 (pihak Harion Hostel melayani pengunjungnya dengan sabar dan ramah) memberikan jawaban tertinggi adalah netral dengan presentase 42,5% dari jumlah 37 responden.

c. Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berdasarkan jawaban responden atas pernyataan-pernyataan mengenai variabel daya tanggap yang diberikan Harion Hostel Syariah Bandar Lampung dapat dilihat pada table berikut ini.

Tabel 4.6
Diskripsi Jawaban Tentang Variabel Daya tanggap (X3)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	P7	2	2,3	5	5,7	32	36,8	29	33,3	19	21,8
2	P8	4	4,6	8	9,2	34	39,1	25	28,7	16	18,4
3	P9	5	5,7	9	10,3	34	39,1	27	31,0	12	13,8

Sumber : Data Horion Hostel Syariah diolah oleh peneliti, 2017

Keterangan: F (Frekuensi), SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju), STS(Sangat Tidak Setuju)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukan bahwa jawaban responden mengenai pernyataan P7 (Petugas Harion Hostel disiplin dalam bekerja) memberikan jawaban tertinggi adalah netral pada presentase 36,8% dengan jumlah 32 responden.

Jawaban responden mengenai pernyataan P8 (petugas Harion Hostel sigap dalam melaksanakan tugasnya) memberikan jawaban tertinggi adalah netral dengan presentase 39,1% dengan jumlah 34 responden.

Jawaban responden mengenai pernyataan P9 (petugas harion hostel melayani pengunjung secara efektif dan efisien) memberikan jawaban tertinggi adalah netral dengan presentase 39,1% dari jumlah 34 responden.

d. Variabel Jaminan (*Assurance*)

Berdasarkan jawaban responden atas pernyataan-pernyataan mengenai variable jaminan yang diberikan Harion Hostel Syariah Bandar Lampung dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 4.7
Diskripsi jawaban tentang variable jaminan (X4)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	P10	4	4,6	8	9,2	32	36,8	32	36,8	11	12,6
2	P11	4	4,6	11	12,6	30	34,5	35	40,2	7	8,0
3	P12	5	5,7	8	9,2	33	37,9	34	39,1	7	8,0

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2017

Keterangan: F (Frekuensi), SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju), STS(Sangat Tidak Setuju)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukan bahwa jawaban responden mengenai pernyataan P10 (Pihak Harion Hostel Syariah menjamin keamanan pengunjungnya) memberikan jawaban tertinggi adalah netral dan tidak setuju pada presentase 36,8% dengan jumlah 32 responden.

Jawaban responden mengenai pernyataan P11 (Sistem pelayanan yang diberikan Harion Hostel tidak berbeli-belit) memberikan jawaban tertinggi adalah tidak setuju dengan presentase 40,2% dengan jumlah 35 responden.

Jawaban responden mengenai pernyataan P12 (petugas harion hostel memberikan jaminan apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai)

memberikan jawaban tertinggi adalah tidak setuju dengan presentase 39,1% dari jumlah 34 responden.

e. Variabel Empati (*Emphaty*)

Berdasarkan jawaban responden atas pernyataan-pernyataan mengenai variable empati yang diberikan Harion Hostel Syariah Bandar Lampung dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 4.8
Diskripsi jawaban tentang variable empati (X5)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	P13	4	4,6	5	5,7	35	40,2	30	34,5	13	14,9
2	P14	2	2,3	9	10,3	34	39,1	24	27,6	18	20,7
3	P15	2	2,3	5	5,7	36	41,4	23	26,4	21	24,1

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2017

Keterangan: F (Frekuensi), SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas menunjukan bahwa jawaban responden mengenai pernyataan P13 (Petugas Harion Hostel Syariah ramah dan sopan dalam melayani pengunjung) memberikan jawaban tertinggi adalah netral dan tidak setuju pada presentase 40,2% dengan jumlah 35 responden.

Jawaban responden mengenai pernyataan P14 (petugas Harion Hostel sabar dalam melayani pengunjungnya) memberikan jawaban tertinggi adalah tidak setuju dengan presentase 39,1% dengan jumlah 34 responden.

Jawaban responden mengenai pernyataan P15 (petugas Harion Hostel memiliki sifat jujur, sopan dan dapat dipercaya) memberikan jawaban tertinggi adalah tidak setuju dengan presentase 41,4% dari jumlah 36 responden.

f. Variabel Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan jawaban responden atas pernyataan-pernyataan mengenai variable empati yang diberikan Harion Hostel Syariah Bandar Lampung dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9
Diskripsi Jawaban Tentang Variable Loyalitas Pengunjung (Y)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	P16	9	10,3	11	12,6	33	37,9	21	24,1	13	14,9
2	P17	7	8,0	13	14,9	32	36,8	17	19,5	18	20,7

Sumber : Data Horion Hostel Syariah diolah oleh peneliti, 2017

Keterangan: F (Frekuensi), SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju), STS(Sangat Tidak Setuju)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menunjukan bahwa jawaban responden mengenai pernyataan P16 (pengunjung harion hostel syariah merasa puas dengan pelayanan yang di berikan pihak hostel) memberikan jawaban tertinggi adalah netral pada presentase 37,9% dengan jumlah 33 responden.

Jawaban responden mengenai pernyataan P17 (pengunjung mempertimbangkan bahwa harion hostel merupakan pilihan utama dalam melakukan pembelian jasa penginapan) memberikan jawaban tertinggi adalah netral dengan presentase 36,8% dengan jumlah 32 responden.

Jawaban responden mengenai pernyataan P18 (pengunjung harion hostel merekomendasikan hostel kepada orang lain yang meminta saran) memberikan jawaban tertinggi adalah tidak setuju dengan presentase 40,2% dari jumlah 35 responden.

Jawaban responden mengenai pernyataan P19 (pengunjung harion hostel tidak ingin pindah ke tempat lain) memberikan jawaban tertinggi adalah netral dengan presentase 46,0% dari jumlah 40 responden.

C. Analisis Data

1. Uji Validitas

Arikunto mengemukakan “*validitas*” adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahsian suatu instrumen”. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid atau sahih memiliki validitas yang rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang di maksud. Adapun metode yang digunakan dalam pengujian validitas adalah dengan uji signifikansi yang membandingkan r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel dan 2 adalah konstanta. Apabila r_{hitung} untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.

Dalam penelitian ini, diketahui jumlah n adalah 87 sampel dan k adalah 5 (kualitas pelayanan) sehingga besarnya df adalah $87-5 = 82$ dengan $\alpha 0.05$ ($\alpha=5\%$), didapat $r_{tabel} 0,213$ apabila r_{hitung} lebih besar ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid, dan sebaliknya apabila ($r_{hitung} < r_{tabel}$) maka, pertanyaan tersebut tidak valid. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item <i>r_{hitung}</i>	Corrected item total Correlation () <i>r_{tabel}</i>		Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	P1	0,913	0,217	Valid
	P2	0,913	0,217	Valid
	P3	0,797	0,217	Valid
	P4	0,804	0,217	Valid
	P5	0,936	0,217	Valid
	P6	0,866	0,217	Valid
	P7	0,732	0,217	Valid
	P8	0,905	0,217	Valid
	P9	0,839	0,217	Valid
	P10	0,784	0,217	Valid
	P11	0,859	0,217	Valid
	P12	0,766	0,217	Valid
	P13	0,748	0,217	Valid
	P14	0,884	0,217	Valid
	P15	0,763	0,217	Valid
Kepuasan Pengunjung (Y)	P16	0,877	0,217	Valid
	P17	0,893	0,217	Valid

Sumber : Data Horion Hostel Syariah diolah oleh peneliti, 2017

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai *r_{hitung}* pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dan positif dibanding r tabel untuk (df) = 87 – 5 = 82 dan alpha 0,05 dengan uji dua sisi didapat r tabel sebesar 0,217, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari kedua variable independen X, dan variabel dependen Y adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik adalah *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($> 0,60$).

Hasil pengujian uji reliabilitas instrumen menggunakan alat bantu olah statistik SPSS versi 18.00 *for windows* dapat diketahui sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 4.11
Uji Realibitas

No	Variabel	Alfa Cronbach's	Keterangan
1	Tangibles	0.846	Reliabel
2	Kehandalan	0.839	Reliabel
3	Responsivnes	0.839	Reliabel
4	Assurance	0.725	Reliabel
5	<i>Emphaty</i>	0.717	Reliabel
6	Kepuasan pengunjung	0,744	Reliabel

Sumber: Data Horion Hostel Syariah diolah oleh peneliti, 2017

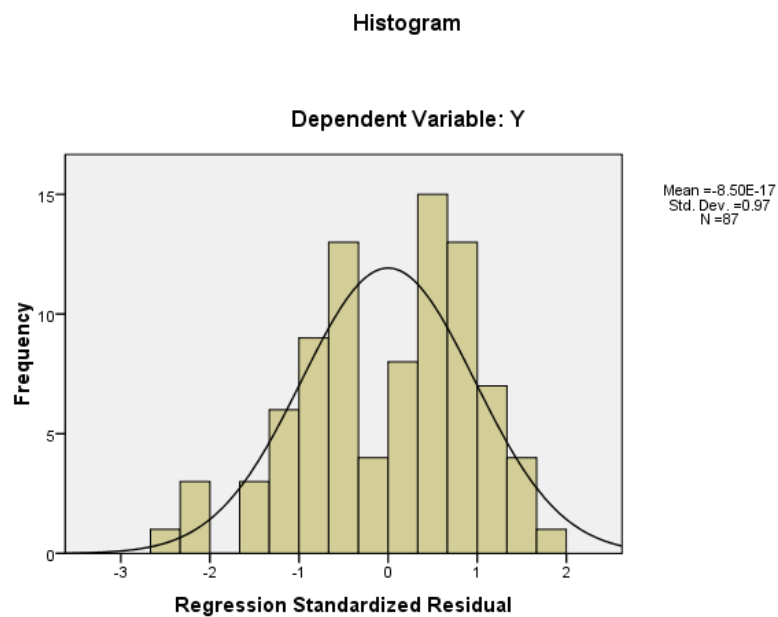
Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X dan Y adalah reliabel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan kejenjang selanjutnya.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengujinya dapat digunakan *normal probability plot*. Apabila grafik menunjukkan penyebaran data yang berada disekitar garis diagonal dan

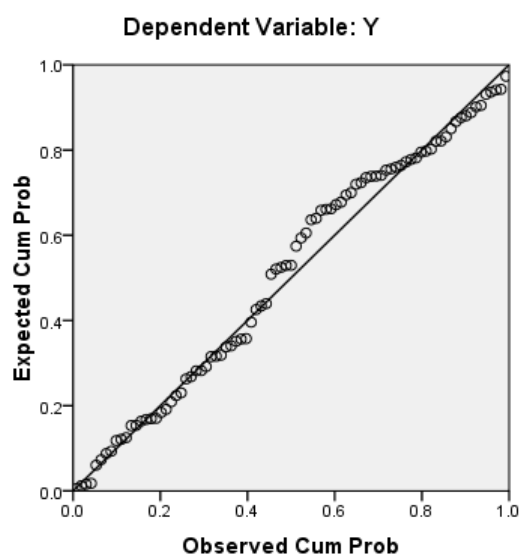
mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tersebut telah memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan hasil analisis data dengan SPSS diperoleh grafik sebagai berikut :

Grafik 4.1
Uji Normalitas



Sumber : Data Horion Hostel Syariah diolah oleh peneliti, 2017

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari gambar 4.1 diatas terdapat grafik *Histogram* yang mendeksripsikan bahwa data mendekati normal, dan grafik *Non Probability Plot* terlihat titik-titik yang menyebar mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik

4. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolineritas, yaitu adanya hubungan liner antar variabel independen dalam model regresi¹. Jika ada korelasi, maka dinamakan multikolineritas. Untuk mendeteksi terdapat tidaknya multikolineritas didasarkan pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Mempunyai nilai VIF dibawah angka 10
- 2) Angka toleransi diatas 0,10 (10%)

Tabel 4.12

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Tangibles	.725	1.380
Kehandalan	.662	1.510
Responsivnes	.696	1.438
Assurance	.654	1.528
<i>Emphaty</i>	.652	1.533

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, nilai *tolerance* menunjukan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 10%.

¹ *Op.cit*, h. 39

Hasil perhitungan dari VIF juga menunjukkan hal yang sama tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

1. Analisis Regresi Berganda

Dengan regresi berganda dapat diketahui terdapat tidaknya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.948	1.148		-.825	.412		
Tangibles	.245	.101	.255	2.431	.017	.725	1.380
Kehandalan	.131	.096	.151	1.366	.176	.662	1.510
Responsivnes	.070	.091	.084	.778	.439	.696	1.438
Assurance	.262	.098	.291	2.681	.009	.654	1.528
Emphaty	.015	.097	.017	.154	.878	.652	1.533

a. Dependent Variable: Preferensi

Sumber : Data Horion Hostel Syariah diolah oleh peneliti, 2017

Persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut: $Y = -948 + 0,245X_1 + 0,131X_2 + 0,070X_3 + 0,262X_4 + 0,015X_5$

Dimana :

Y = Variabel Kepuasan X₃ = Variabel Responsivnes

X₁ = Variabel Tangibles X₄ = Variabel Assurance

X₂ = Variabel Kehandalan X₅ = Variabel Emphaty

Dari persamaan regresi dapat diartikan dan diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar -948 menyatakan bahwa jika variabel independen nilainya 0, maka keputusan faktor yang tidak mempengaruhi kepuasan pengunjung adalah kualitas pelayanan nilainya adalah sebesar (-948)
- b. Koefisien regresi X₁ (Variabel Tangibles) sebesar 0,245 menyatakan bahwa variabel tangibles mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.
- c. Koefisien regresi X₂ (Variabel Kehandalan) sebesar 0,131 dari semua faktor yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa variabel kehandalan tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.
- d. Koefisien regresi X₃ (*Variable Responsivness*) sebesar 0,070. Dapat disimpulkan bahwa variabel responsivnes tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.
- e. Koefisien regresi X₄ (*Variable Assurance*) sebesar 0,262. Dapat disimpulkan bahwa variabel assurance memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.
- f. Koefisien regresi X₅ (*Variable Emphaty*) sebesar 0,015. Dapat disimpulkan bahwa variabel emphaty tidak memiliki pengaruh positif

terhadap kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.

2. Uji Hipotesis

Pembuktian koefisien regresi dimaksudkan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen (X) yaitu, *tangibles*, kehandalan, *responsivnes,assurance* dan *empathy*. Baik secara bersama-sama (Uji F) maupun secara individual (Uji t) terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung. Dengan demikian, maka akan dapat diketahui bersama apakah variabel-variabel independen tersebut benar-benar berpengaruh terhadap variabel dependen pada penelitian ini.

a. Uji t

Uji t adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya secara individual antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Untuk melakukan uji t, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Variabel *tangibles*, kehandalan, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara sendiri-sendiri tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.

H_1 : Variabel *tangibles*, kehandalan, *responsivness*, *assurance* dan *empatthy* secara sendiri-sendiri berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.

Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti ada pengaruh antara variabel independen dengan

variabel dependen. Berikut hasil olahan data yang dapat diperoleh dilapangan.

Rumus untuk mencari t_{tabel} adalah: $(\alpha/2 ; n-k-1)$

Dimana : α = Tingkat kepercayaan

n = Jumlah Responden

k = Jumlah Variabel Bebas

jadi $t_{\text{tabel}} = 0,05/2 ; 87-5-1$

$= 0,025 ; 81$

t_{tabel} = angka 0,025 ; 81 kemudian dicari pada distribusi

nilai t_{tabel} maka ditemukan nilai t_{tabel} sebesar 1,990

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.948	1.148		-.825	.412		
Tangibles	.245	.101	.255	2.431	.017	.725	1.380
Kehandalan	.131	.096	.151	1.366	.176	.662	1.510
Responsivnes	.070	.091	.084	.778	.439	.696	1.438
Assurance	.262	.098	.291	2.681	.009	.654	1.528
Emphaty	.015	.097	.017	.154	.878	.652	1.533

a. Dependent Variable: Preferensi

Sumber : Data Horion Hostel Syariah diolah oleh peneliti, 2017

1) Variabel *Tangibles*

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar $2.431 > 1,990$ dengan nilai signifikasi $0,017 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel *tangibles* (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y)

2) Variabel Kehandalan

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar $1.366 < 1,990$ dengan nilai signifikansi $0,176 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel kehandalan (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y)

3) Variabel *Responsivness*

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar $778 < 1,990$ dengan nilai signifikansi $0,439 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel *responsivness* (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y)

4) Variabel *Assurance*

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar $2.681 > 1,990$ dengan nilai signifikansi $0,009 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel *assurance* (X_4) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y)

5) Variabel *Emphaty*

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar $154 < 1,990$ dengan nilai signifikansi $0,878 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel *emphaty* (X_5) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y).

b. Uji F

Uji F adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hipotesisnya adalah sebagai berikut :

H_0 : Variabel *tangibles*, kehandalan, *responsivness*, *assurance* dan *empathy* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.

H_1 : Variabel *tangibles*, kehandalan, *responsivness*, *assurance* dan *empathy* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.

Apabila F_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel tidak bebasnya.

Tabel 4.14

Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1Regression	138.601	5	27.720	9.311	.000 ^a
Residual	241.146	81	2.977		
Total	379.747	86			

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X3, X2, X4

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Horion Hostel Syariah diolah oleh peneliti, 2017

Dari hasil perhitungan didapat nilai F hitung 9.311 dengan tingkat signifikasi 0,000. Sedangkan nilai F tabel sebesar 2,33 hal ini berarti nilai F hitung lebih besar dibandingkan F tabel, selain itu nilai *alfa* atau signifikasi juga menunjukkan angka dibawah 0,05 (0,000), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama atau *simultan* variabel *tangibles*, kehandalan, *responsivnes*, *assurance* dan empati secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.

c. Kofisiensi Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 3.8
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.604 ^a	.365	.326	1.725

a. Predictors: (Constant), Promosi, Produk, Reputasi, Pelayanan

Dari tabel diatas diketahui bahwa besar koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) atau kemampuan faktor-faktor *tangibles* (X_1), *kehandalan* (X_2), *responsivness* (X_3) *assurance* (X_4) dan *emphaty* (X_5) dalam menjelaskan atau memprediksi variabel kepuasan pengunjung (Y) sebesar 0,604 atau 60,4%. Hal ini berarti variabel-variabel independen sudah cukup memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen nya. Dan sisanya ($100\% - 60,4\% = 39,6\%$) dijelaskan atau diprediksikan oleh faktor lain di luar kelima faktor dan model lain di luar model tersebut.

3. Pembahasan

1. Dari hasil analisis uji t dimensi variabel *tangibles* dan variabel *assurance* yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung. Dengan nilai t_{hitung} sebesar 2.431 dan 2.681 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1.990.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung yaitu Pengaruh variabel *tangibles* (X_1), kehandalan (X_2), *responsivness* (X_3) *assurance* (X_4) dan *emphaty* (X_5) dalam menjelaskan atau memprediksi variabel loyalitas pengunjung (Y) secara parsial dan simultan.

Analisis regresi menghasilkan urutan besarnya pengaruh variabel independen yang berbeda. Ini terlihat dari besarnya koefisien regresi dari yang terbesar pengaruhnya sampai yang terkecil berturut-turut adalah *tangibles* (2,45), *responsivness* (1,31), kehandalan (0,070), *assurance* (2,62) dan *emphaty* (0,15). Variabel *tangibles*, *responsiveness* dan kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung, sedangkan variabel *assurance* dan *emphaty* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung dengan dilakukan uji secara parsial.

Sedangkan hasil uji F pengaruh secara bersama-sama (secara *simultan*) masing-masing variabel independen berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung. Adapun besaran pengaruhnya adalah 60,4%.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tidak hanya bertujuan untuk membuat pengunjung puas kepada perusahaan, karena memang sudah seharusnya berdasarkan pada prinsip-prinsip islam yaitu berdasarkan Al-quar'an dan Al-hadist. Sehingga perlu adanya nilai-nilai secara tauhid, di mana Allah merupakan pemilik sejati seluruh segala sesuatu yang ada dalam alam semesta ini. Ekonomi islam

merupakan ilmu yang luas, mengatur segala bentuk usaha, tidak terkecuali dalam hal melayani pengunjung.

Pelayanan dalam ekonomi islam harus mempertimbangkan unsur-unsur sebagai berikut:

- a. **Prinsip kesatuan/keesaan/tauhid**, Dalam mengimplemetasikan prinsip tauhid pada Harion Hostel Syariah Bandar Lampung, bisa dilihat dari konsep tauhid dalam Harion Hostel Syariah Bandar Lampung bukan hanya semata-mata meraih keuntungan atau hanya menangkap peluang pasar yang sedang bergerak positif pada industri berbasis syariah saja. Namun yang lebih mulia jika memang diawali dengan niat yang baik untuk mengimplemtasikan nilai-nilai islami dalam dunia bisnis yang berbasis syariah. Sedangkan dari tujuan Harion Hostel Syariah Bandar Lampung dalam menjalankan bisnisnya adalah untuk saling tolong-menolong sesama manusia yang berlandaskan prinsip islam. Maka nilai tauhid disini terimplementasikan pada Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.
- b. **Prinsip Keadilan**, Ajaran islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan dengan lingkung.Harion Hostel Syariah Bandar Lampung dalam menjalankan usahanya memperlakukan semua pengunjung dengan perlakuan yang sama, tidak membedakan pengunjung satu dengan pengunjung yang lain, dari hal yang kecil seperti ini prinsip keadilan sudah diterapkan pada Harion Hostel Syariah Bandar Lampung ini.

- c. **Prinsip kebenaran**, Nilai kebenaran merupakan nilai yang dianjurkan dalam ajaran islam, dalam al-qur'an kebenaran mengandung kebijakan dan kejujuran pada Harion Hostel Syariah Bandar Lampung dapat ditegaskan keharusan memenuhi kebutuhan para pengunjungnya sesuai dengan prinsip islam.
 - d. **Prinsip Kebebasan**, Kebebasan berarti bahwa manusia punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisni atau usaha selama masih dalam koridor atau ketentuan agama islam, dalam hal ini Harion Hostel Syariah Bandar Lampung melakukan pelayanan sesuai dengan kaidah-kaidah islam yang sesuai dengan al-qur'an dan al-hadist.
 - e. **Prinsip Tanggung Jawab**, Pertanggung jawaban seperti pihak Harion Hostel Syariah Bandar Lampung bertanggung jawab atas keamanan dan mampu memberi jaminan kepada pengunjungnya. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya Harion Hostel Syariah Bandar Lampung merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa penginapan yang dimana dalam menjalanka usahanya berlandaskan prinsip-prinsip islam , sehingga dalam menjalankan usaha pelayanan yang diberikan sudah baik dan sesuai dengan prinsip usaha islam yang berlandaskan al Qur'an dan al-Hadist.
4. Faktor yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung dalam prespektif islam yaitu Pengaruh yang paling dominan adalah variabel tangibles dan emphaty. Ini menandakan bahwa diantara kelima variabel independen yang diuji pengaruh variabel inilah yang memberikan

kontribusi yang paling besar yaitu sebesar 2,62% dan 2,45% dalam mempengaruhi variabel kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.

Hal ini membuktikan bahwa pelayanan tangibles yang dilakukan oleh pihak Harion Hostel cukup baik dan sesuai dengan prinsip islam dimana keterbukaan maupun ketanggapan dan kesigapan karyawannya sehingga membuat pengunjung merasa aman dan nyaman sehingga para pengunjung memiliki keyakinan untuk menggunakan jasa penginapan hostel tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pengunjung pada Horion Hostel Syariah Bandar Lampung. Kesimpulan tersebut ditunjukkan oleh temuan hasil analisis sebagai berikut:

1. Ada pengaruh kualitas pelayanan yang paling besar terhadap kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung. Terdapat pada variabel tangibles dan assurance dengan hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar $2,431 > 1,990$ dan $2,681 > 1,990$ dengan nilai signifikansi $0,017 > 0,05$ dan $0,09 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 diterima yang artinya variabel tangibles (X_1) dan assurance (X_4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y)
2. Kualitas pelayanan pada Harion Hostel Syariah Bandar Lampung menurut hasil penelitian menunjukkan hasil yang positif dan sudah baik sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Adapun prinsip-prinsip pelayanan dalam Islam yaitu:
 - a. Prinsip kesatuan/tauhid/ke-Esa-an ini merupakan wacana teologis yang mendasari aktifitas manusia, termasuk aktifitas bisnis. Tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk ilahiya sosok makhluk yang bertuhan. Dengan demikian setiap kegiatan bisnis yang dilakukan oleh manusia tidak terlepas dari pengawasan Tuhan.

- b. Prinsip keadilan dan keseimbangan, ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki karakter seimbang dan adil dalam konteks hubungan antar manusia, dengan demikian pelaku bisnis harus berlaku adil dan seimbang dalam menjalankan bisnisnya atau usahanya.
- c. Prinsip kebenaran, kebijakan dan kejujuran, nilai kebenaran adalah nilai yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Dalam Al-Quran aksioma yang mengandung kebijakan dan kejujuran dapat ditegaskan atas keharusan yang harus dipenuhi perjanjian dalam melaksanakan bisnis.
- d. Prinsip kehendakan bebas/ kebebasan, kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam.
- e. Prinsip tanggung jawab, pertanggungjawaban berarti manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Harion Hostel Syariah Bandar Lampung perlu peningkatan kualitas pelayanannya karena masih ada gap antara kinerja pelayanan yang diberikan dengan kinerja pelayanan yang diharapkan, cara yang bisa ditempuh adalah dengan peningkatan kualitas SDM yang ada khususnya SDM yang banyak berhubungan langsung dengan pengunjung.
2. Kepuasan pengunjung Harion Hostel Syariah Bandar Lampung menurut perspektif ekonomi Islam sudah berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Sehingga pengunjung merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh pihak Harion Hostel Syariah Bandar Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

Adi, Prasetyo, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta*, dalam skripsi STAIN SURAKARTA 2008.

Ahafifudin, Didin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2003.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Yogyakarta: Rineka Cipta, 1996.

Assegaf, Mohammad, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan P.T. Garuda di Semarang)*, Dalam skripsi UNISULA 2009.

Bungin, Burhan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: kencana, 2005.

Chistopes H. Lovelock dan Lauren K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks, 2005, 2007.

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi Yogyakarta: edisi tiga, 2008.

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.

Kasmir, *Etika Customer Service*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta: 2004.

Kuncoro, Wuryanti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas yang Syar'i Pemegang Asuransi Syari'ah*. Dalam skripsi UNISULA 2009.

Lumpiyadi, Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2001..

Ratmino dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.

http://Eprints.Undip.Ac.Id/17449/1/Fx._Ario_Bagus_Senoaji.Pdf, di akses tgl 5 september 2010.

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R &D*, Bandung: Alfabeta, 2008.

Tjiptono, Fandy dkk, *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta: 2008,

Tuti Supriyatmini, *Loyalitas Pelanggan*, <http://ymanajemen.wordpress.com/2008/01/18/definisi-loyalitas-pelanggan>, di akses tgl 29 agustus 2010.

Wisnawa, Bayu, *Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan*, file:///J:/prinsip-prinsip-kualitas-jasa.html, di akses tgl 24 agustus 2010.

Alma, Buchari, 2011. *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfa

Beta Assauri, Sofjan. 2003. *Costumer Service Yang Baik Landasan Pencapaian Costumer Statisfacation*. Usahawan, 01

Irawan, Handi, 2009. *Indonesia Customer Satisfacation*. Jakarta: PT. Alex Media Computindo

Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen pemasaran (terjemahan:Bobsabran),Edisi 13 jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. index

Nasution, M. Nur, 2004. *Manajemen Jasa Terpadu (Total Service Management)*. Cetakan pertama. Bogor Selatan. Ghalia Indonesia

Ratminto dan Winarsih, Atik Septi, 2013. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar

Sulistiono, Agus. 1999. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Administrasi*. Cetakan ke 15. Bandung: Alfabeta

Santoso, singgih. 2001. *Mengelola Data Statistic Secara Professional*. PT. Alex Medi Komputindo. Jakarta

. Sugiyono,2008. *Metode Penelitan Bisnis*, penerbit Alfa Beta. Bandung.

Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: CV Alfa Beta.

Sunyoto, Danang, 2013. *Dasar-Dasar Manajemen pemasaran*. Jakarta. PT. Buku Seru

Tjiptono, Fandi. 2005. *Manajemen jasa*. Yogyakarta:

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lampiran Angket

Lampiran 2 : Daftar Seluruh Jawaban Atas Angket

Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas Angket

Lampiran 4 : Output Regresi Linier Berganda dari 87 Responden